

**PENGARUH *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION MELALUI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS QUALITY**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* melalui *e-commerce* TikTok Shop pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya yang menggunakan produk *fashion* melalui *e-commerce* TikTok Shop yang berjumlah 100 responden. Analisis data yang diperoleh menggunakan analisis regresi sederhana dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas, uji parsial(t) serta uji koefisien determinasi (R^2). Hasil dari penelitian ini memberikan informasi bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap keputusan pembelian mahasiswa, dengan nilai regresi sebanyak $p\ 0,000 < 0,05$ dan $Y' = 12.434 + 0,714X$ dimana hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *lifestyle* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $9.247 > t$ tabel 1.984 maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan dengan nilai R square (R^2) $0.466 > 0,05$ atau sebesar 46,6%.

Kata Kunci: *Lifestyle, Keputusan Pembelian, E-commerce*

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS
FOR FASHION PRODUCTS THROUGH E-COMMERCE TIKTOK SHOP FOR
QUALITY UNIVERSITY MANAGEMENT STUDY PROGRAM
STUDENTS**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle on purchasing decisions for fashion products through e-commerce TikTok Shop for Management Study Program Students at Quality University. This study uses a quantitative method where the sample in this study only uses fashion products through the TikTok Shop e-commerce, totaling 100 respondents. Analysis of the data obtained using simple regression analysis with validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, linearity test, partial test (t) and determination coefficient test (R^2). The results of this study provide information that lifestyle has a significant and positive effect directly on student purchasing decisions, with a regression value of $p = 0.000 < 0.05$ and $Y' = 12.434 + 0.714X$ where the t test results (partial) show that the significance value of lifestyle (X) on Purchasing Decisions (Y) is $0.00 < 0.05$ and the value of t count $9.247 > t \text{ table } 1.984$ then H_0 is rejected and H_a is accepted and with an R square (R^2) value of $0.466 > 0.05$ or 46.6%.

Keywords: Lifestyle, Purchase Decision, E-commerce