

# **PENGARUH GAYA HIDUP, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA TOKOPEDIA DI KOTA DENPASAR**

## **Abstrak**

Strategi dalam membuat konsumen untuk membeli kembali suatu produk/jasa dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan keuntungan. Diantara beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *online*, penelitian ini menganalisis keputusan pembelian online tersebut melalui variabel gaya hidup, *social media marketing* dan *brand ambassador* terhadap Tokopedia. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan menggunakan sampel sebanyak 75 orang responden pengguna Tokopedia. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan *software* SPSS. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada Tokopedia. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada Tokopedia. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada Tokopedia. Keterbatasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel yaitu gaya hidup, *social media marketing* dan *brand ambassador* serta penelitian ini hanya dilakukan pada di Kota Denpasar dengan sampel responden yaitu pengguna Tokopedia.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Social Media Marketing*, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian Online.

## **Abstrack**

*Strategies in getting consumers to buy a product/service are carried out by companies to increase profits. Among several factors that can influence online purchasing decisions, this study analyzes online purchasing decisions through lifestyle variables, social media marketing and brand ambassadors for Tokopedia. This research was conducted in Denpasar City using a sample of 75 respondents using Tokopedia. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique. Data collection was carried out through questionnaires and observation. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis which was processed using SPSS software. Based on the results of the analysis, this study shows that lifestyle has a positive and significant effect on online purchasing decisions at Tokopedia. Social media marketing has a positive and significant effect on online purchasing decisions at Tokopedia. Brand ambassadors have a positive and significant impact on online purchasing decisions at Tokopedia. The limitations in this study only focused on three variables, namely lifestyle, social media marketing and brand ambassadors and this research was only conducted in Denpasar City with a sample of respondents, namely Tokopedia users.*

*Keywords: Lifestyle, Social Media Marketing, Brand Ambassador, Online Purchase Decision.*