

ABSTRAK

Munjessicha Sugiyarto Putri, Nim (1820310162). Penelitian ini berjudul Pengaruh Pengetahuan Produk, Islamic Branding, dan Gaya Hidup Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Pati). Tujuan dari penelitian ini yaitu pertama, untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati. Kedua, untuk mengetahui pengaruh Islamic branding terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati. Ketiga, untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive* atau *judgemental sampling* sehingga dalam penelitian ini terdapat sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik pengujian data yaitu antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pertama, pengetahuan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati. Kedua, Islamic branding memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati. Ketiga, gaya hidup konsumtif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati. Keempat, pengetahuan produk, Islamic branding, dan gaya hidup konsumtif secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati.

Kata Kunci : *Pengetahuan Produk, Islamic Branding, dan Gaya Hidup Konsumtif, dan Keputusan Pembelian.*