**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

**(Studi Kasus : Zalora.com)**

**Marjesi Abdilla1, Dahliana Kamener1, Zeshasina Rosha1**

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

e-mail: [jessyabdilla@yahoo.co.id](mailto:jessyabdilla@yahoo.co.id) [dahlianakamener@ymail.com](mailto:dahlianakamener@ymail.com) [zeshasina@yahoo.com](mailto:zeshasina@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah produk belanja *online* di Zaora. Populasinya adalah semua konsumen yang pornah membeli produk Zalora. Sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling.* Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini regresi berganda dan asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas. Serta uji hipotesis yaitu uji statistik (uji F dan uji T) yang diolah melalui program *SPSS*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa gaya hidup, kepercayaan dak kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : Gaya hidup, Kepercayaan, Kualitas informasi, dan Keputusan pembelian