

## ABSTRAK

Nanda Silvi Aulia Putri, Nomor Induk Mahasiswa 152180029, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, *Viral Marketing*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di *e-commerce* Shopee (Studi pada Generasi Z Pengguna Shopee)”. Dosen Pembimbing I Susanta dan Dosen Pembimbing II Hastho Joko N U.

Penelitian ini dilakukan guna menguji dan menganalisis “Pengaruh Gaya Hidup, *Viral Marketing*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di *e-commerce* Shopee (Studi pada Generasi Z Pengguna Shopee)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah Perempuan Generasi Z di Indonesia. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis teknik sampling *Purposive Sampling*. Responden yang digunakan sejumlah 97 orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini metode Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *Viral Marketing* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Gaya Hidup (X1), *Viral Marketing* (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian, Maybelline diharapkan lebih memperhatikan kualitas produk. Solusi yang dapat diberikan adalah melakukan inovasi pada desain kemasan produk dengan cara menambahkan beberapa unsur kreatifitas untuk membuat desain kemasan yang berciri khas sehingga konsumen mudah mengenali produk kosmetik Maybelline. Adanya inovasi desain kemasan produk Maybelline diharapkan semakin menarik perhatian konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Viral Marketing*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.