

ABSTRAK

Saat ini perkembangan dan pengguna Internet di Indonesia dari tahun ke tahunnya semakin maju dan berkembang. Hal ini membuat para pebisnis yang bergerak dibidang *e-commerce* banyak bermunculan, sehingga mempermudah dan memanjakan para konsumen untuk membeli dan mendapatkan produk yg di inginkan dengan meminimalisasikan waktu dan biaya. Hal ini membuat gaya hidup (*lifestyle*) konsumen di Indonesia semakin berkembang dengan berubahnya cara konsumen untuk membeli barang yang diinginkan dengan menggunakan media situs belanja *online*. Salah satunya adalah Zalora yang menawarkan 500 merek baik lokal maupun internasional dan menjual 27.000 produk *fashion* secara *online*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dan verifikatif serta metode penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan teknik *sampling non-probability* dan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar 0,877, artinya green product mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 87.7% , selebihnya 12,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Belanja online, *lifestyle*, keputusan pembelian