

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *fashion* di Indonesia sangat cepat, hal ini terbukti dengan banyaknya bisnis baru yang memproduksi berbagai macam produk. Untuk memasuki dunia usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini, sebuah usaha membutuhkan suatu perencanaan untuk menciptakan masa depan usahanya melalui perubahan-perubahan *fashion* sejak sekarang. Seperti fenomena yang terjadi dalam penelitian ini, dimana pada saat ini kaum pria sudah banyak yang menggunakan tas pada saat berpergian. Berbeda dengan zaman dulu, kaum pria lebih memilih untuk tidak menggunakan tas pada saat pergi keluar rumah.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada produk Tuskbag yang dikhususkan pada kaum pria. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden yaitu 100 yang disebarakan melalui *Google Form*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dan *followers* dari akun Instagram Tuskbag Official sehingga menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen dan *followers* Tuskbag Official.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa sub variabel *activity*, *interest* dan *opinion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli baik secara parsial dan simultan terhadap minat beli pada *followers* Tuskbag Official.

Kata kunci: *fashion*, gaya hidup, minat beli