

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Online Customer Review* Terhadap Pembelian Impulsif Produk Skintific Pada TikTok Shop Indonesia. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif dan kausal, dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling purposive* dengan jumlah 180 responden yaitu konsumen Skintific. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan aplikasi *software* IBM SPSS versi 27.

Berdasarkan hasil penelitian ini adalah bahwa gaya hidup konsumtif dan *online customer review* berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif baik secara parsial maupun simultan. Hal ini dibuktikan dengan melalui metode uji f dengan memiliki nilai f hitung > nilai f tabel ($237,939 > 3,00$) dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan koefisiensi determinasi didapat bahwa gaya hidup konsumtif dan *online customer review* berpengaruh sebesar 72,8%.

Kata kunci: Gaya Hidup Konsumtif, *Online Customer Review*, Pembelian Impulsif