

ABSTRAK

Satria, 2024, “*Pengaruh Kebutuhan Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masyarakat Generasi Z Kota Palopo*” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Muh. Ruslam Abdullah, S. EI. M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kebutuhan dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian online pada masyarakat generasi Z Kota Palopo.

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Palopo, sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *propotional stratified random sampling* diperoleh sebanyak 100 sampel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Selanjutnya teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 20. Adapun tahapan dalam teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji instrument, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, serta metode dari analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kebutuhan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online dilihat dari perbandingan t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,951 < 1,984$) dengan nilai signifikan $0,344 > 0,05$, dan variabel *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian online dilihat dari perbandingan t hitung lebih besar dari t tabel ($6,262 > 1,984$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel kebutuhan dan *lifestyle* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pada masyarakat generasi Z di Kota Palopo dilihat dari f hitung lebih besar dari f tabel ($45,575 > 3,09$). Hasil uji R^2 diperoleh sumbangsih sebesar 48,4% sedangkan sisanya yaitu 51,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Kebutuhan, Keputusan Pembelian, *Lifestyle*.