

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Pratiwi Diah Rachmawati
NPM : 210.2018.016
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Gaya Hidup, *Electronical Word of Mouth* dan *Green Products* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Innisfree* melalui Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Mediasi.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh gaya hidup, E-WOM, dan *Green Products* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Innisfree* melalui Perilaku Konsumtif sebagai variable mediasi dengan metode data *Structural Equation Modeling (SEM)*. Metode analisa data yang digunakan adalah Analisa skala *Likert* lima poin dari 1 sampai 5 peringkat menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data *primer* dan data *sekunder*. Gaya Hidup diperoleh hasil *output* berupa *t-value* 13.880 dan lebih besar dari 1.96, E-WOM diperoleh hasil *output* berupa *t-value* 8.5461 dan *Green Products* hasil *output* berupa *t-value* 17.900 lebih besar dari 1.96 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup, E-WOM, *Green Products* dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik *innisfree*. Perilaku Konsumtif memiliki R² sebesar 0.769 dan Keputusan pembelian memiliki R² sebesar 0.926.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Keputusan Pembelian, dan *Stuctural Equation Modeling (SEM)*.

ABSTRACT

Student Name : Pratiwi Diah Rachmawati
NPM : 210.2018.016
Study Program : Master of Management
Thesis Title : Influence of Lifestyle, *Electronical Word of Mouth*, and *Green Products* on Cosmetic Purchase Decision Innisfree through Consumptive Behavior as a Variable Mediation.

This study aims to analyze and describe the influence of lifestyle, E-WOM, and *Green Products* on Innisfree Cosmetics Purchase Decisions through Consumptive Behavior as the service median variable using the Structural Equation Modeling (SEM) data method. The data analysis method used is a five-point Likert scale analysis from 1 to 5 ratings using SmartPLS 3.0 software. The data used in this study are primary data and secondary data. Lifestyle results obtained in the form of t-value 13,880 and greater than 1.96, E-WOM obtained output results in the form of t-value 8.5461 and *Green Products* output results in the form of t-value 17,900 greater than 1.96 had a significant effect on purchasing decisions. Lifestyle, E-WOM, *Green Products* and consumptive behaviour influence the purchasing decision of Innisfree cosmetics. Consumptive behavior have an R2 of 0.769 and purchasing decisions has an R2 of 0.926.

Keywords: Consumptive Behavior, Purchase Decision, and Structural Equation Modeling (SEM).