# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial, *celebrity endorsement* dan gaya hidup terhadap Keputusan pembelian sepatu PVN di marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Konsumen Perempuan Di Tangerang Selatan). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, yang kemudian dianalisis menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*) dengan Teknik analisis data yang digunakan adalah Outer model (Model Pengukuran dan inner model (Model Struktural). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai T-Statistic > 4.450 atau > 1.95 dan P-Value < 0.05, dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai T-Statistic > 1,96 yaitu, (3.472) dan P-Value < 0.05 sementara celebrity endorsement tidak memiliki pengaruh signifikan karena nilai T-Statistic: 0.525 (< 1.96 atau < 1.65) dan P-Value: 0.600 (>0,05). Implikasi dari temuan ini memberikan wawasan bagi pemasar dan perusahaan tentang pentingnya penggunaan media sosial, dan gaya hidupdalam strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, termasuk peningkatan sampel dan eksplorasi variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk.

Kata kunci: penggunaan media sosial*. celebrity endorsement,* gaya hidup, keputusan pembelian