

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atmosfer toko, gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada konsumen pakaian muslimah secara online melalui aplikasi instagram .

Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden yang terdiri dari seorang wanita berusia 20-50 tahun yang membeli produk pakaian muslimah minimal satu kali dalam kurun waktu satu tahun. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atmosfer toko, gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Keputusan pembelian, atmosfer toko, gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan.