

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *lifestyle*, *online costumer review*, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 107 responden yang merupakan pengguna jasa medis *online* Halodoc. Metode pemilihan sampel dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Data kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *lifestyle* dan *online costumer review* berpengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan, variabel persepsi risiko tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi *adjusted r square* sebesar 0,852 memiliki arti bahwa variabel *lifestyle*, *online costumer review* dan persepsi risiko mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 85,2%, sedangkan sisanya sebesar 14,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel dalam penelitian ini yang paling dominan yaitu *online costumer review*.

## **SUMMARY**

*This study aims to determine and analyze the influence of lifestyle variables, online customer reviews, and risk perceptions on purchasing decisions. The sample in this study amounted to 107 respondents who were users of Halodoc's online medical services. The sample selection method in this study using purposive sampling method. The data were then analyzed using multiple regression analysis. The results showed that partially lifestyle and online customer reviews have an effect on purchasing decisions. Meanwhile, the risk perception variable has no effect on purchasing decisions. The coefficient of determination adjusted r square of 0.852 means that the lifestyle variable, online customer review and risk perception are able to influence consumer purchasing decisions by 85.2%, while the remaining 14.8% is influenced by other variables not examined in this study. The most dominant variable in this study is the online customer review.*

