

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi, perkembangan industri kosmetik di Indonesia juga diprediksi akan terus meningkat. Hadirnya tren belanja online membuat kosmetik menjadi salah satu *item* yang digandrungi oleh masyarakat, khususnya wanita. Namun, keterbatasan pembelian produk kosmetik secara *online* adalah tidak dapat mencoba produknya secara langsung. Disisi lain, konsumen ingin menghemat waktu dan usaha ketika melakukan pembelian. Shopee memfasilitasi konsumennya dengan menyertakan teknologi *augmented reality* kedalam fiturnya yaitu Shopee beautycam, AR dapat meningkatkan kenyamanan dan mendukung gaya hidup praktis dalam pembelian produk secara *online*. Pengadopsian AR kedalam suatu produk juga dapat mendorong perilaku eksploratif pada konsumen, sehingga mampu mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan membahas pengaruh dari faktor kenyamanan dan gaya hidup serta hubungannya terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jumlah ukuran sampel 200 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 27.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kenyamanan dan gaya hidup secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik. Pada hasil dari analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa secara simultan kenyamanan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara secara parsial kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisiensi determinasi, menunjukan bahwa pengaruh kenyamanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 86,8%.

Kata Kunci : *Augmented Reality*, Kosmetik, Kenyamanan, Gaya hidup, Keputusan Pembelian.