

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh social media marketing, lifestyle dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Ecommerce Shopee wilayah Tangerang, sebanyak sampel 115 konsumen ecommerce, data di kumpulkan dengan kuesioner dan berikutnya data di olah dengan metode regresi linear berganda dengan software IBM SPSS 27. Hasilnya di dapati social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Social Media Marketing, Lifestyle, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian, Ecommerce dan Shopee**