

## **ABSTRAK**

Saat ini, setiap individu harus bersiap menghadapi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Hal ini menjadipeluang bagi sebagian besar perusahaan *E-commerce* untuk menyajikan pasar dalam bentuk membeli dan menjual produk secara online. E-commerce mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas. Saat ini dunia sedang dilanda pandemi covid. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah program affiliate di media sosial dapat mempengaruhi kepercayaan dan proses keputusan pembelian pada *customer* Shopee di era pandemi covid ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan secara kualitatif, karena permasalahannya membutuhkan pengamatan secara kualitatif, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah spss dengan responden pengguna shopee di Bandung. Hasilnya penelitian ini menyatakan bahwa program afiliasi dimedia sosial dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variable proses keputusan beli melalui kepercayaan.

***Key Word : Program Afiliate, Kepercayaan, Proses Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACT**

*Currently, every individual must be prepared to face a cultural shift where every fulfillment of needs must go hand in hand with technological developments. This is an opportunity for most E-commerce companies to present the market in the form of buying and selling products online. E-commerce includes all processes of developing, marketing, selling, shipping, servicing, and paying customers, with the support of a wider network of business partners. Currently the world is in the midst of a COVID pandemic. This research was conducted to find out whether affiliate programs on social media can influence trust and the purchasing decision process for Shopee customers in this era of the covid pandemic. This study uses a case study research method with a qualitative approach, because the problem requires qualitative observation, while the analytical tool used is SPSS with shopee users as respondents in Bandung. The results of this study state that the affiliate program in social media can have a positive and significant influence on the buying decision process variable through trust.*

**Key Word : Affiliate Program, Trust, Purchase Decision**