

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Affiliate Marketing* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berasal dari para pengguna platform jual beli online Shopee yang berdomisili di Bandung dan pernah melakukan pembelian pada platform jual beli online tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability Sampling dengan menggunakan metode simple random sampling. Pengumpulan datanya diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online (e-kuesioner). Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Pengujian data menggunakan aplikasi SPSS menunjukkan bahwa variabel *Affiliate Marketing* (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2) bersama berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) serta dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, para *affiliator* sebaiknya melakukan inovasi konten serta Shopee sebagai mitra dapat menjaga kualitas mitra bisnisnya untuk semakin memperkuat keputusan pembelian pada aplikasi Shopee.

Kata kunci : *Affiliate Marketing*; Kepercayaan Pelanggan; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Affiliate Marketing and Customer Trust on Purchase Decisions. This study uses associative research with a quantitative approach. The sample in this study came from users of the Shopee online buying and selling platform who are domiciled in Bandung and have made purchases on the online buying and selling platform. The sampling technique used is Probability Sampling using a simple random sampling method. The data collection was obtained through online questionnaires (e-questionnaires). Analysis of the data used is logistic regression analysis. Testing the data using the SPSS application shows that the Affiliate Marketing (X1) and Customer Trust (X2) variables together have a simultaneous and significant effect on Purchase Decisions (Y) and are influenced by other variables not examined in this study. Based on the research results, affiliates should innovate content and Shopee as a partner can maintain the quality of its business partners to further strengthen purchasing decisions on the Shopee application.

Keywords: Affiliate Marketing; Customer trust; Buying decision.