

ABSTRAK

Dewi Utari Yana . 2024. *Pengaruh Pemasaran Afiliasi, Kuallitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Yusuf Asyahri, S.E., M.E.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, Harga, Shopee

Kehidupan manusia memiliki keterkaitan dengan kegiatan ekonomi. Berkembangnya ekonomi dibarengi dengan perkembangan persaingan bisnis yang begitu pesat dan kompetitif dengan kecanggihan teknologi yang menciptakan bisnis *online*. Salah satu dari bisnis *online* yaitu Shopee. Shopee merupakan platform jual beli *online* yang memiliki fitur pemasaran afiliasi yaitu kegiatan yang berisi informasi mengenai sebuah produk, seperti kualitas produk dan harga. Dengan adanya pemasaran afiliasi membantu konsumen untuk memutuskan kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk, sehingga ini sangat membantu dalam keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengguna aplikasi shopee di kota Banjarmasin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan menghitung sampel menggunakan rumus snedecor dan cochran dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji F dan uji T) menggunakan aplikasi eviews 12.

Hasil penelitian diperoleh Pemasaran Afiliasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 65,3%. Dan 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan secara Pemasaran Afiliasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pengguna aplikasi shopee di kota Banjarmasin dengan nilai signifikansi yaitu 0,0099, 0,0000 dan 0,0066 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.