

## ABSTRAK

Afifatuz Zahroi 2024. Pengaruh *Online Customer Review*, Harga, dan *Affiliate*

*Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Tik-Tok Shop (studi kasus pada mahasiswa Universitas PGRI Madiun). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (1) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M Pembimbing (2) Ahmad Nur Aziz, S.Pd., M.Ak

Keputusan pembelian merupakan proses bagaimana konsumen memilih, membeli, serta menggunakan barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Online Customer Review*, Harga, dan *Affiliate Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tik-Tok Shop. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun yang terdaftar sebagai pengguna Tiktok shop dengan menggunakan rumus *slovin*, dimana jumlah responden sejumlah 365 Mahasiswa. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *software SmartPLS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja, dan *affiliate marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : Online Customer Review, Harga, Affiliate Marketing,  
Keputusan Pembeliann

## **ABSTRACT**

*Afifatuz Zahroi 2024. Influence of Online Customer Reviews, Pricing, and Affiliate Marketing on the Decision to Purchase Fashion Products at Tik-Tok Shop (case study on students of the University of PGRI Madiun). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of PGRI Madiun. (1) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M (2) Ahmad Nur Aziz, S.Pd., M.Ak*

*Purchase decisions are the process of how consumers choose, buy, and use goods or services to meet their needs and desires. The purpose of this study is to find out the Influence of Online Customer Review, Price, and Affiliate Marketing on Fashion Product Purchase Decisions at Tik-Tok Shop. This research was conducted on students of the University of PGRI Madiun who were registered as Tiktok shop users using a slovin research method where the number of respondents was 365 students. The method in this study uses a quantitative approach using SmartPLS software. The results of this study show that online customer reviews do not have a significant effect on purchase decisions, price has a significant effect on work discipline, and affiliate marketing has a significant effect on purchase decisions.*

**Keywords : Online Customer Review, Price, Affiliate Marketing, Purchase Decision**