

ABSTRAK

Aisyah Nur Khotimah. 2026. Pengaruh *Affiliate Marketing, Live Streaming, Trust*, Dan Promo Harbolnas Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Platform* Shopee (Studi Kasus Pada Gen Z Kota Magetan). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. (II) Hendra Setiawan, S.E., M.M.

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat telah mendorong perubahan digital di berbagai sektor, termasuk di bidang pemasaran dan perdagangan. Dengan adanya *e-commerce* menjadi salah satu contoh nyata dari perubahan tersebut yang mengubah cara konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *affiliate marketing, live streaming, trust*, dan promo harbolnas terhadap keputusan pembelian pada *platform* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* terhadap 385 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Magetan yang pernah melakukan pembelian melalui *platform* Shopee. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *affiliate marketing, live streaming*, dan promo harbolnas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *trust* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Affiliate marketing, live streaming, trust*, promo harbolnas, keputusan pembelian

ABSTRACT

Aisyah Nur Khotimah. 2026. The Influence of Affiliate Marketing, Live Streaming, Trust, and Harbolnas Promos on Purchasing Decisions on the Shopee Platform (Case Study on Gen Z in Magetan City). Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor (I) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. (II) Hendra Setiawan, S.E., M.M.

Abstract: The rapid development of information and communication technology has driven digital change in various sectors, including marketing and commerce. The emergence of e-commerce is a clear example of this change, transforming the way consumers make purchases. This study aims to analyze the influence of affiliate marketing, live streaming, trust, and Harbolnas promotions on purchasing decisions on the Shopee platform. This study used a quantitative method with a purposive sampling technique for 385 Generation Z respondents in Magetan City who had made purchases through the Shopee platform. Data collection used a questionnaire, and data analysis was conducted using SPSS version 23. The results of this study indicate that affiliate marketing, live streaming, and Harbolnas promotions partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, trust has a positive but insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Affiliate marketing, live streaming, trust, Harbolnas promotions, purchasing decisions