

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan *online customer review*, *affiliate marketing* dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja online khususnya pada pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Dharma Andalas. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Dalam menganalisis penelitian ini menggunakan uji instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus Slovin sehingga didapatkan hasil 100 responden. Data diolah dengan *software* SPSS versi 21.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1,194 < 1,984$) atau tingkat signifikan lebih besar dari α ($0,235 > 0,05$) maka dapat diperoleh H_1 ditolak. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Affiliate Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ($5,394 > 1,984$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_2 diterima. Tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,810 < 1,984$) atau tingkat signifikan lebih besar dari α ($0,073 > 0,05$) maka dapat diperoleh H_3 ditolak. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana karena nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($18,584 > 2,70$). Nilai F 18,584 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 5%. Maka diperoleh H_4 diterima.

Kata kunci : *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing* dan *Live Steaming*

SUMMARY

This research aims to determine the partial and simultaneous influence of online customer reviews, affiliate marketing and live streaming on purchasing decisions in online shopping, especially Shopee users at Dharma Andalas University. This type of research is quantitative with a causal associative method. In analyzing this research, instrument tests were used with validity and reliability tests. Meanwhile, the classical assumption test data analysis method uses the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R^2), t test, and F test. This research used a sampling technique with the Slovin formula to obtain results from 100 respondents. Data were processed with SPSS version 21 software.

The results of this research show that there is a partial negative and insignificant influence of Online Customer Reviews on Purchasing Decisions. Where the t-count is smaller than the t-table ($-1.194 < 1.984$) or the significance level is greater than alpha ($0.235 > 0.05$), it can be obtained that H1 is rejected. Partially there is a positive and significant influence of Affiliate Marketing on Purchasing Decisions. Where the t-count is greater than the t-table ($5.394 > 1.984$) or the significance level is smaller than alpha ($0.000 < 0.05$), then H2 can be accepted. There is no positive and insignificant influence of Live Streaming on Purchasing Decisions. Where the t-count is smaller than the t-table ($1.810 < 1.984$) or the significance level is greater than alpha ($0.073 > 0.05$), then H3 can be rejected. Simultaneously there is a positive and significant influence of Online Customer Reviews, Affiliate Marketing, and Live Streaming on Purchasing Decisions. Where because the F value is greater than the F value ($18.584 > 2.70$). The F value is 18.584 with a significance level of 0.000, less than 5%. So it is obtained that H4 is accepted.

Keywords: Online Customer Reviews, Affiliate Marketing and Live Steaming.