

ABSTRAK

“PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN RATING KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE *AFFILIATE* DI KOTA KEDIRI”

(Dinda Kurnia Ramadhani)

(ramadhanidindaa12@gmail.com)

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Nur Laely, MM.

Yudiarto Perdana Putra, SE, MM

Transformasi teknologi digital telah membuka jalan bagi strategi pemasaran modern, salah satunya *affiliate marketing* yang semakin populer di platform belanja daring seperti Shopee. Selain itu, penilaian konsumen atau rating turut menjadi pertimbangan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *affiliate marketing* dan rating konsumen terhadap keputusan pembelian oleh pengguna Shopee *affiliate* di wilayah Kota Kediri. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, melibatkan 96 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel, baik secara bersama-sama maupun terpisah, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan afiliator dalam merancang strategi promosi digital yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan minat beli masyarakat.

Kata Kunci: Pemasaran afiliasi, penilaian konsumen, keputusan pembelian, Shopee *affiliate*, Kota Kediri

ABSTRACT

"THE INFLUENCE OF AFFILIATE MARKETING AND CONSUMER RATINGS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS OF SHOPEE AFFILIATE IN KEDIRI CITY"

(Dinda Kurnia Ramadhani)

(ramadhanidindaa12@gmail.com)

Management Study Program

Faculty of Economics and Business Kediri University

Supervisor : Dr. Nur Laely, MM.

Yudianto Perdana Putra, SE, MM

The fast development of digital technology has introduced innovative marketing approaches, with affiliate marketing emerging as a prominent strategy on e-commerce platforms like Shopee. Alongside this, consumer ratings play a critical role in shaping purchasing preferences. This research explores how affiliate marketing and consumer ratings influence the purchase decisions of Shopee Affiliate users in Kediri City. Employing a quantitative method, the study collected data from 96 respondents selected using purposive sampling. The analysis was conducted using multiple linear regression techniques. The findings indicate that both affiliate marketing and consumer ratings, whether analyzed individually or collectively, have a significant impact on consumers' purchasing decisions. These insights are expected to serve as valuable input for businesses and content affiliates in crafting more efficient digital marketing strategies to better engage potential buyers.

Keywords: *Affiliate marketing; consumer rating; purchase decisions; Shopee Affiliate; Kediri City*