

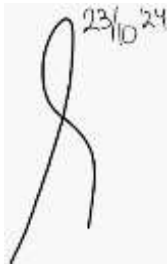
**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *LIVE STREAMING*, DAN  
AFILIASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK TOKO *ONLINE* (STUDI PADA SHOPEE DAN TIKTOK SHOP  
SETELAH AKUISISI TOKOPEDIA)**

**Vika Sari Tobing**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, *live streaming*, dan afiliasi terhadap keputusan pembelian produk toko *online* dengan studi pada Shopee dan Tiktok Shop setelah akuisisi Tokopedia. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik sampling penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan sampel yang digunakan berjumlah 218 sampel. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis yaitu uji parsial dan uji simultan. Hasil analisis data dari penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Afiliasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta *content marketing*, *live streaming* dan afiliasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Afiliasi, Content Marketing, Keputusan Pembelian, Live Streaming*



Handwritten signature and date: 23/10/24

**THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING, LIVE STREAMING, AND  
AFFILIATES ON ONLINE STORE PRODUCT PURCHASE DECISIONS  
(STUDY ON SHOPEE AND TIKTOK SHOP AFTER TOKOPEDIA  
ACQUISITION)**

**Vika Sari Tobing**

***Abstract***

*This research analyses the influence of content marketing, live streaming and affiliates on purchasing decisions for online shop products by studying Shopee and Tiktok Shop after the acquisition of Tokopedia. This research used primary data with data collection methods through distributing questionnaires tested by instruments, namely validity and reliability tests. The sampling technique for this research used a purposive sampling method, and the sample used was 218. Data analysis in this research includes classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and partial and simultaneous testing. The results of the data analysis of this research show that content marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions. Live streaming has a positive and significant influence on purchasing decisions. Affiliation has a positive and significant effect on purchasing decisions. Content marketing, live streaming and affiliates positively and significantly influence purchasing decisions.*

**Keywords:** *Affiliate, Content Marketing, Purchase Decision, Live Streaming*