

ABSTRAK

SASMITA. 2026. *Pengaruh Creator Affiliate Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Platform E-commerce Shopee*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Buyung Romadhoni Dan Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Creator Affiliate dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada platform e-commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 155 responden pengguna Shopee yang pernah melakukan pembelian melalui creator affiliate. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (uji model), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Creator Affiliate (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,352 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk (X_2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,531 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan dan layak digunakan untuk menjelaskan Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,817 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sebesar 81,7% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin efektif Creator Affiliate dan semakin baik Kualitas Produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi Keputusan Pembelian konsumen pada platform e-commerce Shopee.

Kata Kunci: Creator Affiliate, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.