

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *AFILLIATTE MARKETING* DAN
DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS DARUL ULUM**

PUTRI ANTASYA

NIM. 212361201097

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang dilakukan peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara *live streaming*, *afilliatte marketing* dan diskon terhadap keputusan pembelian TikTok shop pada mahasiswa Universitas Darul Ulum

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian menggunakan data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti juga menggunakan data sekunder yang didapatkan dari jurnal dan dari Biro Administrasi Akademik dari Universitas Darul Ulum. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Darul Ulum Jombang Angkatan 2021-2024 yang pernah berbelanja melalui *live streaming*, *afilliatte marketing* dan pernah menggunakan diskon pada TikTok Shop. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Pada penelitian ini, berdasarkan uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *live streaming* (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), *afilliatte marketing* (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), dan diskon (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Melalui uji F diketahui bahwa secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Angka Adjuster R Square sebesar 0,342 atau 34,2% sedangkan 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci : *streaming*, *afilliatte*, diskon dan pembelian

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *AFILLIATTE MARKETING* DAN
DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS DARUL ULUM**

PUTRI ANTASYA

NIM. 212361201097

ABSTRACT

The purpose of the research conducted by researchers is to determine the partial and simultaneous influence between live streaming, affilliatte marketing and discounts on purchasing decisions for TikTok shop at Darul Ulum University students.

This research uses a quantitative approach. The data source in the study used primary data where the data collection method used a questionnaire, researchers also used secondary data obtained from journals and from the Academic Administration Bureau of Darul Ulum University. The population in this study are students of Darul Ulum University Jombang Class of 2021-2024 who have shopped through live streaming, affilliatte marketing and have used discounts at TikTok Shop. The sampling technique in this study used purposive sampling method. The sample in this study were 97 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

In this study, based on the t test conducted, it shows that the live streaming variable (X1) has no partial effect on purchasing decisions (Y), affilliatte marketing (X2) has no partial effect on purchasing decisions (Y), and discounts (X3) affect purchasing decisions (Y). Through the F test, it is known that simultaneously the independent variable affects the dependent variable. The Adjuster R Square number is 0.342 or 34.2%, while 68.8% is influenced by other variables that are not related to the dependent variable.

Keywords: streaming, affilliatte, discount and purchase