

## ABSTRAK

Nama : Kamsiyah  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Live Streaming* Dan Program *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *affiliate marketing*, *live streaming*, dan program *flash sale* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc secara *online* pada mahasiswa Universitas Malikussaleh. Pengambilan sampel sebanyak 112 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus Hair, (2010). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu dengan kriteria mahasiswa aktif dan pernah atau sedang melakukan pembelian produk Somethinc. Pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner (angket) yang disebar secara *offline* (langsung) dan juga secara *online* (*g-form*) di media sosial. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Penyebaran kuesioner yang telah dilakukan penulis mendapatkan hasil penelitian yaitu, secara parsial variabel *affiliate marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kemungkinan dikarenakan masih rendahnya kepercayaan konsumen terhadap mitra *affiliate* produk Somethinc, variabel *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dapat mengurangi rasa keraguan dari pada konsumen karena dapat dilihat secara langsung dan mendapatkan informasi yang jelas dari penjual dan variabel *flash sale* juga berpengaruh signifikan secara parsial karena dengan metode ini mampu meningkatkan rasa urgensi terhadap konsumen untuk segera membeli produk Somethinc.

Kata kunci : *Affiliate Marketing*, *Live Streaming*, Program *Flash Sale*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Name : Kamsiyah*  
*Study Program : Management*  
*Title : The Influence of Affiliate Marketing, Live Streaming, and Flash Sale Programs on Online Purchase Decisions of Somethinc Products for Malikussaleh University Students*

*This study aims to determine the influence of affiliate marketing, live streaming, and flash sale programs on the decision to purchase Somethinc products online among students at Malikussaleh University. A sample of 112 respondents was taken, calculated using the formula of Hair, (2010). Sampling in this study used a nonprobability sampling technique with a purposive sampling method, namely with the criteria of active students and having or currently purchasing Somethinc products. Data collection used primary data in the form of questionnaires distributed offline (directly) and also online (g-form) on social media. The data analysis method used was multiple linear regression analysis using the SPSS program. The distribution of questionnaires that has been conducted by the author obtained research results, namely, partially the affiliate marketing variable does not have a significant effect on the decision, possibly due to the low consumer trust in the affiliate partners of Somethinc products, the live streaming variable has a significant effect on purchasing decisions because it can reduce the sense of doubt from consumers because it can be seen directly and get clear information from the seller and the flash sale variable also has a significant effect partially because this method can increase the sense of urgency for consumers to immediately buy Somethinc products.*

*Keywords: Affiliate Marketing, Live Streaming, Flash Sale Program, Purchasing Decisions.*