

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen melalui Harga sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Yang Menggunakan TikTok Shop. Metode yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS). Dengan mengedarkan kuesioner sebanyak 100 Responden. Hasil penelitian yang didapatkan antara lain sebagai berikut: a) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Affiliate Marketing* dan Harga pada Mahasiswa UPI YPTK yang menggunakan TikTok Shop. b) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Brand Image* terhadap Harga pada Mahasiswa yang menggunakan TikTok Shop. c) Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan *Affiliate Marketing* terhadap Minat Beli pada Mahasiswa UPI YPTK yang menggunakan TikTok Shop. d) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Brand Image* terhadap Minat Beli pada Mahasiswa UPI YPTK yang menggunakan TikTok Shop. e) Terdapat pengaruh positif yang signifikan Harga terhadap Minat Beli pada Mahasiswa yang menggunakan TikTok Shop. f) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Affiliate Marketing* terhadap Minat Beli dimediasi oleh Harga pada Mahasiswa UPI YPTK yang menggunakan TikTok Shop. g) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Brand Image* terhadap Minat Beli pada Mahasiswa UPI YPTK yang menggunakan TikTok Shop.

Kata Kunci : *Affiliate Marketing, Brand Image, Minat Beli dan Harga*

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Affiliate Marketing and Brand Image have on Buying Interest with Price as Intervening Variable among UPI YPTK students using TikTok Shop. The method used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). By distributing questionnaires to 100 respondents. The research results obtained include the following: a) There is a positive and significant influence between Affiliate Marketing and Price among UPI YPTK students using TikTok Shop. b) There is a positive and significant influence between Brand Image and Price among UPI YPTK students using TikTok Shop. c) There is a positive and not significant influence between Affiliate Marketing on Buying Interest among UPI YPTK students using TikTok Shop. d) There is a positive and insignificant influence between Brand Image and Buying Interest among UPI YPTK students using TikTok Shop. e) There is a positive and not significant influence Price on Buying Interest among UPI YPTK students using TikTok Shop. f) There is a significant positive influence of Affiliate Marketing on Buying Interest mediated by Price among UPI YPTK students using TikTok Shop. g) There is a significant positive influence of Brand Image on Buying interest among UPI YPTK students using TikTok Shop.

Keywords : Affiliate Marketing, Brand Image, Buying Interest and Price