IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

PENGARUH SHOPEE AFFILIATES PROGRAM TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

QISTAN WICAKSONO

PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul "Pengaruh Shopee Affiliates Program Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor,Agustus 2022

Qistan Wicaksono
H251180574

@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

RINGKASAN

QISTAN WICAKSONO. Pengaruh Shopee Affiliates Program Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. Dibimbing oleh PUDJI MULJONO dan EKO RUDDY CAHYADI.

Pertumbuhan *ecommerce* yang ada di Asia Tenggara semakin berkembang salah satunya adalah Indonesia. Perkembangan *ecommerce* ini kemudian menghasilkan persaingan antara satu dengan yang lainnya. Shopee sebagai salah satu *ecommerce* terbesar di Indonesia kemudian selalu berinovasi dan membuat program-program agar konsumen semakin nyaman dan senang menggunakan aplikasi Shopee. Salah satu inovasi yang di lakukan Shopee adalah melakukan pemasaran afiliasi dengan nama Shopee affiliates program.

Shopee affiliates program adalah program untuk mendapatkan pengasilan tambahan dengan menjadi *content creator* yang mempromosikan berbagai macam produk di media sosial. Syarat terpenting yang harus dipenuhi agar dapat menjadi member Shopee affiliates program sangatlah mudah yaitu dengan memiliki media sosial sebagai alat untuk media promosi dan membagikan link. Aktifitas yang dilakukan agar member Shopee affiliates program mendapatkan komisi adalah jika konsumen membeli produk shopee melalui link yang telah dibagikan oleh member Shopee affiliates program.

Penelitian ini menganalisis pengaruh Shopee affliates program terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Penelitian ini dilangsungkan pada bulan Februari 2022 hingga April 2022. Responden yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah 145 renponden dengan komposisi 45 orang laki-laki dan 100 orang perempuan. Untuk rentan usia responden mulai dai 17 tahun hinggan diatas 50 tahun sedangkan rentan pendidikan responden adalah mulai dari SMA hingga S2. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan *tools microsoft excel*, dan dilakukan analisis secara deskriptif untuk mengetahui karakteristik responden serta presepsi responden tentang variabel penelitian dan dianalisis dengan metode *Structural Equation Modelling* dan pendekatan *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian ini yang pertama menunjukan bahwa Shopee Affiliates Program terhadap minat beli memiliki hubungan positif. Kedua, hubungan antara Shopee Affiliates Program terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan positif juga. Hasil yang berbeda dalam hubungan Shopee Affiliates Program terhadap keputusan pembelian menunjukan hasil tidak berpengaruh. Dari hasil penelitian ini, strategi perushaan dirasa sudah cukup baik dengan menggunakan Shopee affiliates program jika tujuan perusahaan ingin menjangkau eksposur, *brand awareness* dan *traffic*, namun apabila jangkauan yang ingin di raih perushaan adalah *end user* maka perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian karena pada variabel ini memiliki hubungan yang positif dengan Shopee affiliates program tetapi tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata kunci: keputusan pembelian, minat beli, sem-pls, shopee, shopee affiliates program

@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

SUMMARY

QISTAN WICAKSONO. The Effect of Shopee Affiliates Program on Buying Interest and Purchase Decision. Supervised by PUDJI MULJONO and EKO RUDDY CAHYADI.

The growth of e-commerce in Southeast Asia is growing, one of which is Indonesia. The development of e-commerce then results in competition between one another. Shopee as one of the largest e-commerce in Indonesia then always innovates and creates programs so that consumers are more comfortable and happier to use the Shopee application. One of the innovations that Shopee is doing is doing affiliate marketing under the name Shopee affiliates program.

Shopee affiliates program is a program to earn additional income by becoming a content creator who promotes various products on social media. The most important requirement that must be met in order to become a member of the Shopee affiliates program is very easy, namely by having social media as a tool for media promotion and sharing links. The activity carried out so that Shopee affiliates program members get a commission is if consumers buy shopee products through a link that has been shared by Shopee affiliates program members.

This study analyzed the effect of the Shopee affiliate program on buying interest and purchasing decisions. This research was conducted from February 2022 to April 2022**.** This study used primary data in the form of questionnaires from people that have seen content of Shopee affiliate program. Sampling was carried out using a purposive sampling. The respondents in this study were 145 respondents with a composition of 45 men and 100 women. The data obtained were then processed using Microsoft Excel tools, analyzed descriptively to determine the characteristics of respondents and respondents' perceptions of the research variables, and analyzed using the Structural Equation Modeling method and the Partial Least Square (SEM PLS) approach.

The results showed that Shopee affiliates program had a positive and significant effect on buying interest. Buying interest has a positive and significant effect on purchasing decision. Shopee affiliates program has a positive but no significant effect on purchasing decision. From the results of this study, the company's strategy was considered good enough by using the Shopee affiliates program if the company's goal was to reach exposure, brand awareness and traffic, but if the company’s goal was to reach end users, the company needs to re-evaluate to other factors that could affect the purchase decision variable.

Keywords: buying interest, pls-sem, purchasing decisions, shopee, shopee affiliates program

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

PENGARUH SHOPEE AFFILIATES PROGRAM TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

QISTAN WICAKSONO

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister pada
Program Studi Ilmu Manajemen

PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1. Dr. Ir. Joko Purwono, M.S.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

Judul Tesis : Pengaruh Shopee Affiliates Program terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian
Nama : Qistan Wicaksono
NIM : H251180574

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si.

Pembimbing 2:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Jono Mintarto Munandar, M.Sc.
NIP. 196101231986011002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:
Prof. Dr. Ir. Nunung Nuryartono, M.Si.
NIP. 196909091994031001

Tanggal Ujian: 04 Agustus 2022 Tanggal Lulus:

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2022 sampai bulan Juni 2022 ini ialah tentang manajemen pemasaran, dengan judul "Pengaruh Shopee Affiliates Program terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian".

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si. dan Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut, M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Tak lupa terimakasih juga disampaikan kepada istri dan kedua orang tua yang telah membantu dan memberikan dukungan agar terselesaikannya tesis ini. Ucapan terimakasih tak lupa juga diberikan kepada keluarga, teman-teman PSIM 2018 dan seluruh rekan kerja di PT HM Sampoerna yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2022

Qistan Wicaksono

© Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL ii
DAFTAR GAMBAR ii
DAFTAR LAMPIRAN ii
I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Ruang Lingkup 6
II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Ecommerce 7
2.2 Pemasaran Digital 7
2.3 Media Sosial 8
2.4 Pemasaran Afiliasi 9
2.5 Shopee Affiliates Program 10
2.6 Minat Beli 12
2.7 Keputusan Pembelian 12
2.8 Penelitian Terdahulu 13
2.9 Hipotesis 14
III METODE 16
3.1 Kerangka Penelitian 16
3.2 Perumusan Hipotesis 17
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 17
3.4 Jenis Data dan Skala Pengukuran 18
3.5 Metode Penarikan Sample 18
3.6 Analisis Structural Equal Modeling (SEM) 19
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data 19
3.8 Definisi Operasional Variabel 19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Gambaran Umum Shopee Affiliates Program 27
4.2 Perolehan Sample Penelitian 27
4.3 Analisis Deskriptif 27
4.4 Analisis Ddengan Pendekatan SEM-PLS 30
4.5 Hipotesis Penelitian 34
4.6 Implikasi Manajerial 36
V SIMPULAN DAN SARAN 37
5.1 Simpulan 37
5.2 Saran 37
DAFTAR PUSTAKA 39
LAMPIRAN 44
RIWAYAT HIDUP 55

IPB University
Bogor Indonesia

DAFTAR TABEL

1	*Ranking ecommerce* Indonesia 2021	2
2	Shopee affiliates program	4
3	Penelitian terdahulu	13
4	Skala pengukuran	18
5	Operasional variabel	19
6	Operasional variabel valid	23
7	Perolehan data sampel	28
8	Persepsi responden terhadap variabel *affilite marketing* dan indikator penelitian	29
9	Persepsi responden terhadap minat beli *marketing* dan indikator penelitian	29
10	Persepsi responden terhadap variabel keputusan pembelian dan indikator penelitian	30
11	Indikator loading	31
12	Uji reliabilitas	32
13	Uji validitas diskriminan antara indikator (*cross loading*)	32
14	Uji validitas diskriminan antara variabel (*fornell larcker*)	33
15	Nilai r *square*	33
16	Pengujian hipotesis	34

DAFTAR GAMBAR

1	Volume penjualan ecommerce di asia tenggara	1
2	Alur shopee affiliate programs	11
3	Kerangka penelitian	16
4	Rumusan hipotesis	17

DAFTAR LAMPIRAN

1	Model awal	45
2	Model setelah dikoreksi	46
3	*Screenshoot* pengantar kuesioner *online*	47
4	*Screenshoot* keterangan kuesioner *online* 1	48
5	*Screenshoot* keterangan kuesioner *online* 2	49
6	*Screenshoot* keterangan kuesioner *online* 3	50
7	*Screenshoot* keterangan kuesioner *online* 4	51
8	Kuesioner shopee affiliates program	52
9	Kuesioner minat beli	53
10	Kuesioner keputusan pembelian	54

@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University