

**PENGARUH PEMASARAN AFILIASI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

DEWI UTARI YANA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2024 M/ 1445 H

**PENGARUH PEMASARAN AFILIASI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi Syariah

Oleh:

Dewi Utari Yana

200105010156

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

BANJARMASIN

2024 M/ 1445 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Utari Yana

NIM : 200105010156

Tempat/Tgl.Lahir : Banjarmasin, 30 Juni 2001

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yangdiperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 15 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Dewi Utari Yana

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Banjarmasin

Ditulis oleh : Dewi Utari Yana

NIM : 200105010156

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2023/2024

Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 30 Juni 2001

Alamat : Jl. Trans Kalimantan, Komplek Griya Permata, Permata Raya 1

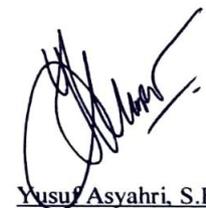
Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin,



Rohana Faridah, S.E., M.M
NIP. 1978042720090112010

Banjarmasin, 17 Mei 2024
Menyetujui
Pembimbing



Yusuf Asyabri, S.E., M.E
NIP. 199102242023211020

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "Pengaruh Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Banjarmasin", ditulis oleh Dewi Utari Yana, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 14 Juni 2024

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Antasari Banjarmasin



Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Ilham Akbar, S.H., M.Kn.	1.
2. Elida Mahriani, S.E.I., M.M.	2.
3. Yusuf Asyahri, S.E. M.E.	3.
4. Supian Sauri, S.E.I., M.E.	4.

ABSTRAK

Dewi Utari Yana . 2024. *Pengaruh Pemasaran Afiliasi, Kuallitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Yusuf Asyahri, S.E., M.E.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, Harga, Shopee

Kehidupan manusia memiliki keterkaitan dengan kegiatan ekonomi. Berkembangnya ekonomi dibarengi dengan perkembangan persaingan bisnis yang begitu pesat dan kompetitif dengan kecanggihan teknologi yang menciptakan bisnis *online*. Salah satu dari bisnis *online* yaitu Shopee. Shopee merupakan platform jual beli *online* yang memiliki fitur pemasaran afiliasi yaitu kegiatan yang berisi informasi mengenai sebuah produk, seperti kualitas produk dan harga. Dengan adanya pemasaran afiliasi membantu konsumen untuk memutuskan kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk, sehingga ini sangat membantu dalam keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengguna aplikasi shopee di kota Banjarmasin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan menghitung sampel menggunakan rumus snedecor dan cochrane dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji F dan uji T) menggunakan aplikasi eviews 12.

Hasil penelitian diperoleh Pemasaran Afiliasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 65,3%. Dan 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan secara Pemasaran Afiliasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pengguna aplikasi shopee di kota Banjarmasin dengan nilai signifikansi yaitu 0,0099, 0,0000 dan 0,0066 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

MOTTO

“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti kamu berbuat baik kepada dirimu sendiri)”

(QS. Al – Isra: 7)

“Dan terhadap nikmat Tuhanmu hendaklah engkau nyatakan (dengan bersyukur)”

(QS. Ad – Dhuha: 11)

“Percayalah disaat kamu ikhlas dengan keadaanmu, disitulah Allah merencanakan kebahagiaan untukmu”

(Penulis)

“Emas tidak akan berharga jika tidak dilelehkan dan ditempa, maka jangan berharap menjadi orang yang berharga jika tidak ingin melalui semua proses yang menyakitkan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta, kasih sayang dan do'a

Karya yang sederhana ini untuk :

Ibu Sridari dan Bapak Adriyani, Mama dan Abahku tercinta

Kakak Eka, Ami, Mira dan Rama, Saudaraku tersayang

Munawar, Abizar, Aisyah, Fatih dan Shanum, Kesayangan Aunty

Aulia Rahmi, Teman skripsi terbaikkku.

Dewi Utari Yana, Diriku sendiri

Terima kasih telah memberikan semangat, kasih sayang dan do'a yang tak terhingga serta tulus yang tak ternilai besarnya.

Peluk sayang dan salam kasih dari anak perempuan terakhir yang penuh dengan harapan dan impian ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab kedalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta ^ˁ	t	te
ث	sa ^ˁ	s	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	je
ح	h}a ^ˁ	h}	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha ^ˁ	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra ^ˁ	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ث	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik dibawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik

			dibawah)
ط	t}a'	t}	te (dengan titik dibawah)
ظ	z}a''	z}	zet (dengan titik dibawah)
ء	„ain	„	koma terbalik diatas
غ	gain	g	ge
ف	fa''	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	Lam	l	„el
م	Mim	m	„em
ن	Nun	n	„en
و	Waw	w	we
هـ	ha''	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya''	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

هتكبير	ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta'marbutah diakhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جاهت	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
------	---------	----------------

مَكْتَبَة	ditulis	<i>maktabah</i>
-----------	---------	-----------------

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang „al“ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

اَ	fathah	ditulis	a
إِ	kasrah	ditulis	i
أُ	dammah	ditulis	u
شَكَرَ	fathah	ditulis	syakara
قَرَأَ	kasrah	ditulis	quri'a
يُطِقُ	dammah	ditulis	yantiqū

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كَامِلَةٌ	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>kāmilah</i>
2	fathah + yamati صَلَّى	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>ṣallā</i>
3	kasrah + yamati شَدِيدٌ	ditulis ditulis	<i>ī</i> <i>syah</i>

4	dammah + wawumati	ditulis	<i>ū</i>
	صدر	ditulis	<i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + yamati	ditulis	<i>Ai</i>
	رويد	ditulis	<i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawumati	ditulis	<i>Au</i>
	و فرعوى ذياألوتاد	ditulis	<i>wa fir'auna Ği al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتن أشدخلفا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرأى	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبخ	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Dengan segala kekurangan dan terlepas dari khilaf penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman MA., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Dr. H. Sukarni , M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Rohana Faridah, S.E., M.M dan M. Qomaruddin, M.E. selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Bapak Yusuf Asyahri, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan membimbing serta menasehati penulis dalam tahap penyusunan skripsi.
5. Alm. Bapak Hariyanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing proposal dan dosen akademik pada tahun 2020 – 2023.
6. Bapak Haris Faulidi Asnawi, Lc. M.Si selaku dosen akademik penulis di semester akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan, serta doa-doa kepada penulis.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 16 Juni 2024
Penulis,

Dewi Utari Yana
NIM. 200105010156

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Signifikansi Penelitian.....	11
E. Definisi Operasional.....	12
F. Kerangka Pemikiran	14
G. Hipotesis Penelitian.....	14
H. Penelitian Terdahulu	16
I. Sistematika Pembahasan	21
BAB II KEPUTUSAN PEMBELIAN, PEMASARAN AFILIASI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA	23
A. Keputusan Pembelian	23
B. Pemasaran Afiliiasi.....	28
C. Kualitas Produk.....	34
D. Harga	39
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	44
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	45
D. Populasi dan Sampel	46
E. Data dan Sumber Data.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49

G. Desain Pengukuran.....	49
H. Teknik Analisis Data	53
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	61
A. Laporan Penelitian	61
1. Gambaran Umum Banjarmasin	61
2. Gambaran Umum Shopee	62
3. Deskripsi Data Responden	63
4. Deskripsi Variabel Penelitian	67
5. Uji Kualitas Data	98
6. Uji Asumsi Klasik.....	101
7. Analisis Regresi Linier Berganda	104
8. Koefisien Determinasi (R^2)	106
9. Uji Hipotesis	107
B. Analisis Data.....	109
BAB V.....	122
PENUTUP	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	E-Commerce paling banyak dikunjungi sepanjang 2023	3
Tabel 1.2	Jumlah Penduduk dari Beberapa Kelompok Umur di Kalimantan Selatan 2024	8
Tabel 3.1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Shopee 3 Bulan Terakhir	66
Tabel 4.6	Tanggapan responden tentang membeli produk di shopee karena memiliki kualitas yang baik	67
Tabel 4.7	Tanggapan responden tentang membeli produk di shopee karena sesuai dengan harga dan kualitas yang diharapkan	68
Tabel 4.8	Tanggapan responden tentang selalu mencari informasi sebelum memutuskan membeli produk di shopee	69
Tabel 4.9	Tanggapan responden tentang terbiasa berbelanja menggunakan aplikasi shopee.	69
Tabel 4.10	Tanggapan responden tentang tertarik membeli produk di shopee karena dibeli banyak orang.	70
Tabel 4.11	Tanggapan responden tentang merekomendasikan shopee karena memudahkan konsumen dalam berbelanja <i>online</i>	71
Tabel 4.12	Tanggapan responden tentang memberikan ulasan yang positif dan berguna untuk konsumen pada produk yang saya beli.	71
Tabel 4.13	Tanggapan responden tentang menceritakan pengalaman dan produk yang saya beli di shopee.	72
Tabel 4.14	Tanggapan responden tentang produk yang dibeli pada shopee sesuai keinginan dan harapan	73
Tabel 4.15	Tanggapan responden tentang merasa puas terhadap produk yang saya beli di shopee.....	73
Tabel 4.16	Tanggapan responden tentang pernah melakukan pembelian ulang di shopee.	74
Tabel 4.17	Tanggapan responden tentang iklan afiliasi yang muncul di media	

	sosial membantu untuk lebih mengetahui tentang produk yang ingin dibeli	75
Tabel 4.18	Tanggapan responden tentang membeli produk dari tautan afiliasi yang direkomendasikan oleh <i>influencer</i> di media sosial	75
Tabel 4.19	Tanggapan responden tentang media sosial adalah sumber utama untuk menjangkau tautan afiliasi produk baru yang dibutuhkan	76
Tabel 4.20	Tanggapan responden tentang ulasan atau rekomendasi dari afiliasi berpengaruh dalam keputusan untuk melakukan pembelian <i>online</i>	77
Tabel 4.21	Tanggapan responden tentang membeli produk yang diiklankan oleh afiliasi di <i>platform</i> media sosial karena merasa terpengaruh oleh cerita atau pengalaman pribadi yang dibagikan.....	77
Tabel 4.22	Tanggapan responden tentang membeli produk karena dipengaruhi oleh tautan afiliasi yang menawarkan banyak keuntungan atau diskon	78
Tabel 4.23	Tanggapan responden tentang lebih percaya pada produk yang direkomendasikan oleh afiliasi yang telah dikenal atau diikuti sebelumnya.....	79
Tabel 4.24	Tanggapan responden tentang ulasan atau rekomendasi dari mitra afiliasi dapat membantu saya membuat keputusan pembelian.	79
Tabel 4.25	Tanggapan responden tentang Kredibilitas dari mitra afiliasi berperan penting dalam mempengaruhi keputusan saya ketika berbelanja <i>online</i>	80
Tabel 4.26	Tanggapan responden tentang pembelian pada aplikasi shopee karena produk yang disajikan menggunakan bahan berkualitas dan aman..	81
Tabel 4.27	Tanggapan responden tentang produk yang dibeli pada shopee memberikan kenyamanan saat dipakai.	81
Tabel 4.28	Tanggapan responden tentang produk yang dibeli pada shopee memiliki kualitas yang bagus dan sesuai selera konsumen.	82
Tabel 4.29	Tanggapan responden tentang produk yang dijual di shopee cenderung produk yang inovatif dan bermanfaat.	83
Tabel 4.30	Tanggapan responden tentang percaya kepada produk yang dijual di shopee.	83
Tabel 4. 31	Tanggapan responden tentang mudah melakukan transaksi pembelian di shopee.	84
Tabel 4.32	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi	

	shopee karena produk yang dijual memiliki variasi yang beragam.	84
Tabel 4.33	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena produk yang dijual menarik perhatian.	85
Tabel 4.34	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena adanya proteksi untuk barang yang mudah rusak.	86
Tabel 4.35	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena kualitas produk sesuai spesifikasi yang diharapkan.	86
Tabel 4.36	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan.	87
Tabel 4.37	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena produk yang diterima sesuai dengan yang ditawarkan oleh penjual.	88
Tabel 4.38	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena memiliki produk yang baik.	89
Tabel 4.39	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena memiliki produk yang tidak mudah rusak.	89
Tabel 4.40	Tanggapan responden tentang melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena memiliki produk yang tahan lama.	90
Tabel 4.41	Tanggapan responden tentang harga produk pada aplikasi shopee terjangkau.	91
Tabel 4.42	Tanggapan responden tentang harga produk diaplikasi Shopee dapat terjangkau oleh semua kalangan.	91
Tabel 4.43	Tanggapan responden tentang harga produk pada aplikasi Shopee bervariasi.	92
Tabel 4.44	Tanggapan responden tentang harga produk yang ditawarkan oleh shopee sesuai dengan kualitas produk yang dibeli.	92
Tabel 4.45	Tanggapan responden tentang harga produk yang ditawarkan oleh shopee sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan.	93
Tabel 4.46	Tanggapan responden tentang harga produk yang ditawarkan oleh shopee sesuai dengan kinerja prduknya.	94
Tabel 4.47	Tanggapan responden tentang harga produk pada shopee sangat bervariasi dari beberapa <i>seller</i> yang berbeda dengan produk yang sama.	94
Tabel 4.48	Tanggapan responden tentang harga produk yang ditawarkan oleh	

	shopee lebih murah dari <i>marketplace</i> lain.	95
Tabel 4.49	Tanggapan responden tentang harga produk yang ditawarkan oleh shopee memiliki banyak diskon.	96
Tabel 4.50	Tanggapan responden tentang produk yang dijual oleh shopee memiliki harga yang sesuai dengan manfaat produk yang dibutuhkan.	96
Tabel 4.51	Tanggapan responden tentang lebih memperhatikan manfaat daripada harga pada produk yang saya beli.....	97
Tabel 4.52	Tanggapan responden tentang harga produk sesuai dengan kegunaan produk yang ditawarkan.	98
Tabel 4.53	Uji Validitas.....	98
Tabel 4.54	Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4.55	Uji Normalitas.....	102
Tabel 4.56	Uji Multikolinieritas.....	102
Tabel 4.57	Uji Heteroskedastisitas.....	103
Tabel 4.58	Uji Regresi Linier Berganda.....	104
Tabel 4.59	Koefisien Determinasi (R^2).....	106
Tabel 4.60	Uji F.....	107
Tabel 4.61	Uji T.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet	2
Gambar 1. 2 Pengaruh sosial media terhadap <i>trend affiliate marketing</i>	4
Gambar 1. 3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	4
Gambar 1. 4 E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia	7
Gambar 4. 1 Logo Shopee	62