

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan ..1	
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi.....	1
1.1.4 Nilai-nilai Perusahaan	2
1.1.5 Produk dan Layanan.....	2
1.1.6 Shopee <i>Affiliates Marketing Program</i>	3
1.1.7 Tiktok	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.3.1 Pertanyaan Penelitian.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Aspek Teoritis	18
1.5.2 Aspek Praktis	19
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	19
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	19

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	21
2.1.1	<i>Marketing Management</i>	21
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	22
2.1.3	Bauran Promosi.....	22
2.1.4	<i>Digital Marketing</i>	23
2.1.5	Media Sosial.....	24
2.1.6	<i>Social media marketing</i>	26
2.1.7	<i>Affiliate marketing</i>	27
2.1.8	Perilaku Konsumen	33
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Hubungan antara <i>Media sosial</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	47
2.4	Hubungan antara <i>Affiliate marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	47
2.5	Hubungan antara <i>Media sosial</i> terhadap <i>Affiliate marketing</i> ..	47
2.7	Hipotesis Penelitian	53
BAB III	METODE PENELITIAN	55
3.1	Jenis Penelitian	55
3.2	Variabel Penelitian	56
3.2.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	56
3.2.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	56
3.3	Operasional Variabel	57
3.4	Tahap Penelitian	62
3.5	Populasi dan Sampel.....	62
3.6	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	65
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.8	Teknik Analisis Data	68
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	69
3.8.2	SEM PLS.....	70
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1	Karakteristik Responden	75

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	75
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	77
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	78
4.1.6 <i>Screening Question</i>	78
4.2 Analisis Deskriptif	84
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Social media marketing</i> (SMM)	85
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Affiliate marketing</i>	90
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Purchase Decision</i>	95
4.3 Analisis Data.....	99
4.3.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	99
4.3.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Pengujian Hipotesis	108
4.4 Pembahasan	109
4.4.1 Pengaruh <i>Functional Benefits, Monetary Benefits, Hedonic Benefits, Socio-Psychological Benefits</i> terhadap Keputusan pembelian produk.....	109
4.4.2 Pengaruh <i>Shopee Affiliate marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	110
4.4.3 <i>Social media marketing</i> dan <i>Affiliate marketing</i> Memiliki Pengaruh secara Simultan terhadap <i>Purchase Decision</i>	111
4.4.4 Kontribusi Pengaruh (<i>R-Square</i>)	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113

5.1.1 Pengaruh <i>Functional Benefits, Monetary Benefits, Hedonic Benefits, Socio-Psychologival Benefits</i> terhadap Shopee <i>Affiliates Marketing</i> di Platform Tiktok	113
5.1.2 Pengaruh <i>Functional Benefits, Monetary Benefits, Hedonic Benefits, Socio-Psychologival Benefits</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	114
5.1.3 Pengaruh <i>Shopee Affiliate marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	114
5.1.4 Pengaruh <i>Functional Benefits, Monetary Benefits, Hedonic Benefits, Socio-Psychologival Benefits, Shopee Affiliate marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	114
5.2 Saran	114
5.2.1 Aspek Praktis	115
5.2.2 Aspek Akademis	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	125