

ABSTRAK

Salah satu marketplace yang berhasil mendapatkan banyak pengguna di Indonesia adalah Shopee. Memiliki banyak pengguna mendorong Shopee untuk mengembangkan fitur-fitur yang dapat memudahkan dan memuaskan penggunanya. Salah satu fitur baru yang diluncurkan oleh Shopee adalah Shopee Affiliate Program. Di antara banyak akun afiliasi di Instagram, akun Instagram @racunshopeecheck memiliki tingkat pengikut dan engagement rate tertinggi. Untuk mempertahankan audiens dan bersaing dengan kompetitor lainnya, @racunshopeecheck sebagai afiliasi perlu membuat strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik dan menggerakkan audiens untuk bertindak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-WOM dan kredibilitas sumber terhadap customer path 5A. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat menjalankan customer path 5A secara efektif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, dengan teknik simple random sampling. Teknik analisis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, E-WOM secara parsial mempengaruhi Customer Path 5A sebesar 81,6%, dan sisanya sebesar 18,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Source credibility secara parsial mempengaruhi Customer Path 5A sebesar 84,2%, dan sisanya sebesar 15,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. E-WOM dan Source Credibility secara simultan mempengaruhi Customer Path 5A sebesar 84,3%, dan sisanya sebesar 15,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords: E-WOM, Source Credibility, Customer Path 5A, Shopee Affiliates