

**PENGARUH *REVIEW PRODUCT* DAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP MINAT BELI MELALUI *AFFILIATE MARKETING* PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS**



**TESIS**

**Oleh :**

**KHOLIFATUL MAULIDA  
NIM : 2019-01-025**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2023**

**PENGARUH *REVIEW PRODUCT* DAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP MINAT BELI MELALUI *AFFILIATE MARKETING* PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS**



**TESIS**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Menyelesaikan jenjang pendidikan  
Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus**

**Oleh :**

**KHOLIFATUL MAULIDA  
NIM. 2019-01-025**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2023**

## IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

### JUDUL TESIS

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN CONTENT CREATOR  
TERHADAP MINAT BELI MELALUI AFFILATE MARKETING  
PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS**

Nama Mahasiswa : **KHOLIFATUL MAULIDA**

NIM : 2019-01-025

Program Studi : Magister Manajemen


Tanggal Ujian : 28 Agustus 2023

### TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.

  
(.....)

Anggota : Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.

  
(.....)

### TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

  
(.....)

TESIS

**PENGARUH REVIEW PRODUCT DAN CONTENT CREATOR  
TERHADAP MINAT BELI MELALUI AFFILIATE MARKETING  
PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS**

Oleh:

**KHOLIFATUL MAULIDA**

**NIM. 2019-01-025**

Telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Tesis  
Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus  
Tanggal 28 Agustus 2023

Pembimbing I



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M**

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Dr. Drs. Joko Utomo, M.M**

NIDN. 0625076401

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.**

NIDN. 0618066201

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2023**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah tesis dengan judul:

### **PENGARUH REVIEW PRODUCT DAN CONTENT CREATOR TERHADAP MINAT BELI MELALUI AFFILIATE MARKETING PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebut dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah penelitian tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan pertauran perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 28 Agustus 2023

**Kholifatul Maulida**

**NIM. 2019-01-025**

## **RIWAYAT HIDUP**

**Kholifatul Maulida** lahir di Kudus, 25 Agustus 1995, dari pasangan Bapak Suparno dan Ibu Sumiah. Pernah mengenyam Pendidikan MI NU Tarbiyatul Falah, kemudian melanjutkan MTs NU Raden Umar Said, MA NU Raden Umar Said. dan IAIN Kuds lulus tahun 2019.

Kudus, 28 Agustus 2023

Penulis,

**Kholifatul Maulida**

**NIM. 2019-01-025**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. *Darsono*, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan tesis ini.
4. Bapak Dr. Drs. Joko Utomo, M.M., selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan tesis ini.
5. Para dosen dan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan dalam memperlancar penelitian dan penyusunan tesis ini.
6. Pihak-pihak yang tidak bias saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini.

Semoga Allah *subhanahuwataala*, melimpahkan rahmat dan karunia dalam bentuk apapun, kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan tesis ini.

Kudus, 28 Agustus 2023

Penulis,

**Kholifatul Maulida**

**NIM. 2019-01-025**

## ABSTAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *review product* dan *content creator* terhadap minat beli melalui *affiliate marketing* pengguna *e-commerce* Shopee di Kabupaten Kudus. Jenis penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel 156 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, analisis data menggunakan SEM AMOS versi 23. Hasil penelitian secara langsung *review product* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. *Content creator* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. *Review product* berpengaruh positif signifikan terhadap *affiliate marketing*. *Content creator* berpengaruh positif signifikan terhadap *affiliate marketing*. Minat beli berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *affiliate marketing*. Hasil uji *intervening* menunjukkan variabel *affiliate marketing* mampu berperan sebagai variabel *intervening* antara *review product* dan *content creator* terhadap minat beli pengguna *e-commerce* Shopee di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci : Review Product, Content Creator, Minat Beli, Affiliate Marketing



## **ABSTACT**

*This study aims to examine the effect of product reviews and content creators on purchase intention through affiliate marketing for Shopee e-commerce users in Kudus Regency. This type of quantitative research, with a sample of 156 respondents. Data collection using a questionnaire. Data analysis includes validity and reliability tests, data analysis using SEM AMOS version 23. The results of the research directly product reviews have a significant positive effect on purchase intention. Content creator has a significant positive effect on purchase intention. Product reviews have a significant positive effect on affiliate marketing. content creator has a significant positive effect on affiliate marketing. Buying interest has no significant positive effect on affiliate marketing. The results of the intervening test show that the affiliate marketing variable is able to act as an intervening variable between product reviews and content creators on buying interest of Shopee e-commerce users in Kudus Regency.*

*Keywords : Product Review, Content Creator, Purchase Intention, Affiliate Marketing*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, inayah, dan karunianya, serta kenikmatan yang tak terhingga sehingga saya berkesempatan menimba pendidikan jenjang strata 2 (S2) Perguruan Tinggi berkat rahmat-Nya pula saya dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul: PENGARUH REVIEW PRODUCT DAN CONTENT CREATOR TERHADAP MINAT BELI MELALUI AFFILIATE MARKETING PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS. Saya menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini tidak lepas dari bimbingan berbagi pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini saya menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. *Darsono*, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan tesis ini.
4. Bapak Dr. Drs. Joko Utomo, M.M., selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan tesis ini.
5. Para dosen dan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan dalam memperlancar penelitian dan penyusunan tesis ini.
6. Segenap keluarga, ibu, bapak, suami, anak dan segenap pihak yang telah memberikan dukungan moril dan spiritual kepada penulis.

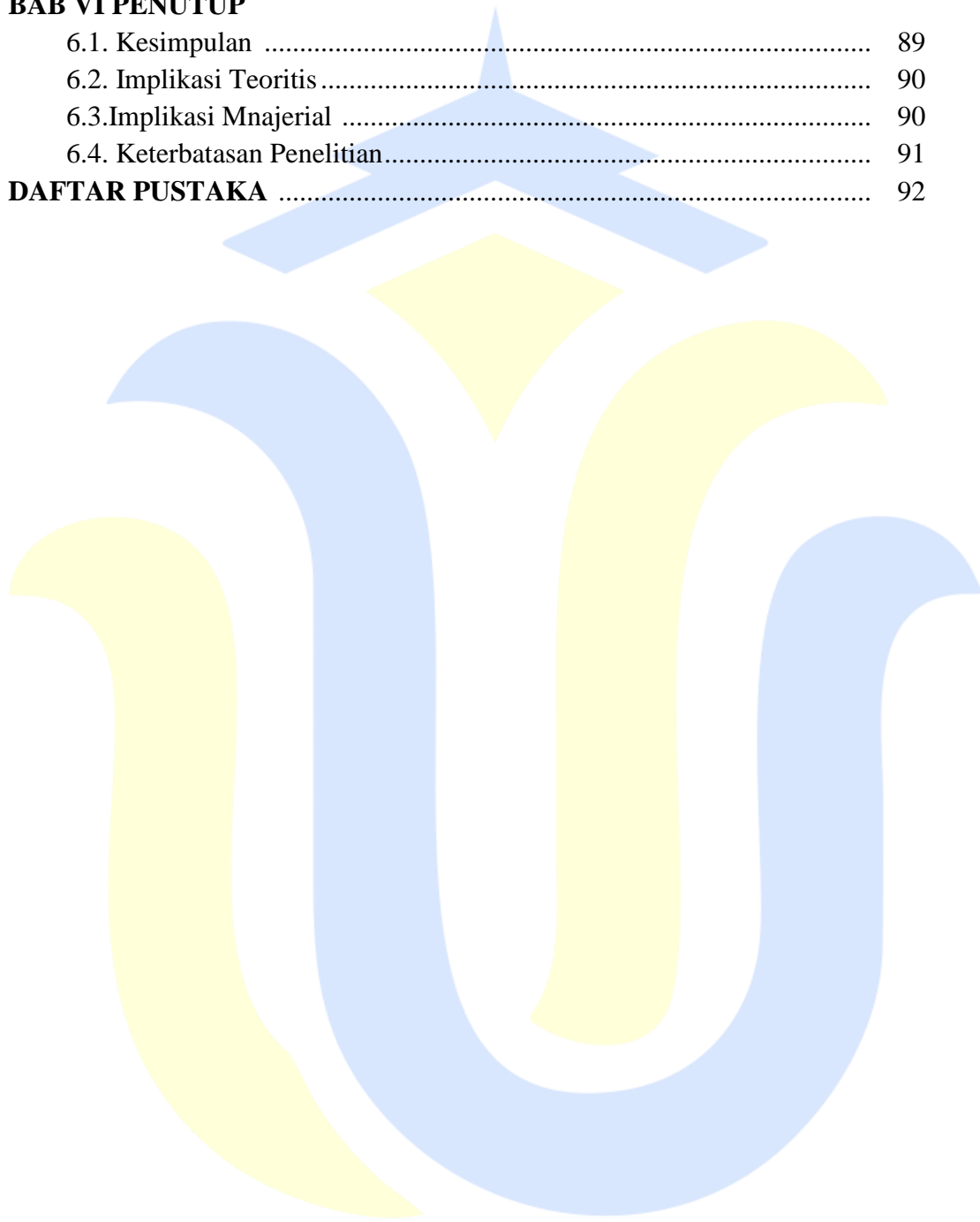
Kudus, 28 Agustus 2023  
Penulis,

**Kholifatul Maulida**  
**NIM. 2019-01-025**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II : TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori .....	14
<b>BAB III : KERANGKA BERFIKIR</b>	
3.1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	25
3.2. Hubungan antar Variabel .....	26
3.3. Hipotesis .....	28
<b>BAB IV : METODE PENELITIAN</b>	
4.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
4.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	29
4.3. Metode Pengambilan Sampel .....	34
4.4. Metode Pengumpulan Data .....	35
4.5. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	50
5.2. Penyajian Data .....	51

5.3. Analisis Data .....	59
5.4. Pembahasan.....	84
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Kesimpulan .....	89
6.2. Implikasi Teoritis .....	90
6.3.Implikasi Mnajerial .....	90
6.4. Keterbatasan Penelitian.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Data kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia .....	2
Tabel 4.1. Tabel <i>Goodness of Fit</i> .....	47
Tabel 5.1. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 5.2. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 5.3. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 5.4. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Sosial Media .....	54
Tabel 5.5. Tabel Frekuensi Variabel <i>Review Product</i> .....	55
Tabel 5.6. Tabel Frekuensi Variabel <i>Content Creator</i> .....	56
Tabel 5.7. Tabel Frekuensi Variabel <i>Affiliate Marketing</i> .....	57
Tabel 5.8. Tabel Frekuensi Variabel Minat Beli .....	58
Tabel 5.9. Tabel Uji Validitas Variabel <i>Review Product</i> .....	59
Tabel 5.10. Tabel Uji Validitas Variabel <i>Content Creator</i> .....	60
Tabel 5.11. Tabel Uji Validitas Variabel <i>Affiliate Marketing</i> .....	60
Tabel 5.12. Tabel Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	61
Tabel 5.13. Tabel Uji AVE .....	62
Tabel 5.14. Tabel Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	63
Tabel 5.15. Tabel Uji <i>Realibilitas</i> .....	64
Tabel 5.16. Tabel Uji Normalitas Data .....	65
Tabel 5.17. Tabel Uji Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 5.18. Tabel Uji Outlier Data .....	67
Tabel 5.19. Tabel Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen (X) .....	71
Tabel 5.20. Tabel <i>Loading Vector</i> Pengukuran Variabel Eksogen (X) .....	75
Tabel 5.21. Tabel Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen (Y) .....	74
Tabel 5.22. Tabel <i>Loading Vector</i> Pengukuran Variabel Eksogen (Y) .....	76
Tabel 5.23. Tabel Pengujian Kesesuaian Analisis SEM .....	77
Tabel 5.24. Tabel Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> .....	78
Tabel 5.25. Tabel Koefisien Determinasi .....	80
Tabel 5.26. Tabel Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> .....	81
Tabel 5.27. Tabel Hasil Analisis Direct, Indirect dan Total Effects (SEM) .....	84

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Keuntungan <i>Shopee Affiliates</i> Program .....	4
Gambar 1.2. Contoh konten dari salah satu <i>affiliator marketing</i> .....	5
Gambar 3.1. Kerangka konseptual penelitian .....	25
Gambar 4.2. Rancangan Model Struktural Penelitian.....	42
Gambar 5.1. Model CFA Konstruk Variabel Eksogen (X).....	69
Gambar 5.2. Model CFA Konstruk Variabel Eksogen (X) Revisi .....	70
Gambar 5.3. Model CFA Konstruk Variabel Endogen (Y) .....	72
Gambar 5.4. Model CFA Konstruk Variabel Endogen (Y) Revisi .....	73
Gambar 5.5. Uji Full Model <i>Measurement</i> .....	76