

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Keterjangkauan, Afiliasi Pemasaran, Dan Bukti Fisik Sebagai Determinan Terhadap Minat Referensial Pada Mitra *Driver Online* Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya”.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tesis ini baik secara moril ataupun materil, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua beserta keluarga yang senantiasa selalu memberikan do’a dan restu, kasih sayang, motivasi dan didikan juga bantuan baik secara moral maupun materil sehingga pembuatan tesis ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. H. Rudi Priyadi., Ir MS, selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya
3. Dr. H. Ade Komaludin, SE.,M.Sc., selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya sekaligus sebagai penguji yang telah memberikan arahan, ilmu pengetahuan dan motivasi nya.
4. Dr. Yusuf Abdullah, S.E M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Siliwangi Tasikmalaya sekaligus sebagai Pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan nya selama penyusunan tesis ini.
5. Prof. Dr. H. Kartawan, SE., M.P., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan nya selama

penyusunan tesis ini.

6. Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA. selaku penguji, yang telah memberikan arahan, ilmu pengetahuan dan dukungannya.
7. Dr. Dedi Rudiana, S.E.,M.P. selaku penguji, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan dan dukungannya.
8. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Siliwangi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
9. Para staff administrasi, perpustakaan, asisten dan karyawan atas segala bantuan selama proses pembuatan tesis ini sampai selesai dan memberikan pelayanan administrasi selama penulis mengikuti perkuliahan.
10. Reza F. Anshori, S.M.,M.M. selaku *Business Development* di PT.Grab Cabang Tasikmalaya.
11. Ketua Komunitas *Grab Car* Okinawa Tasikmalaya Bang Zul Jailani.
12. Ketua Komunitas *Grab Bike* Sobat Mambo Kang Hitman (Aki) Farisi.
13. Seluruh Mitra *Driver Online* Grab di wilayah Kota Tasikmalaya.
14. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen khususnya angkatan 2020 yang saling berbagi informasi selama penyusunan tesis ini

Penulis menyadari bahwa dalam Tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan dan pengalaman penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Tasikmalaya, 22 April 2022

Hary Firmansyah

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian .....	7
1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan.....	7
1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan .....	7
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	

2.1	Kajian Pustaka.....	9
2.1.1	<i>Grand Theory</i> .....	10
2.1.1.1	Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2	<i>Middle Range Theory</i> .....	12
2.1.2.1	<i>Marketing Mix</i> .....	12
2.1.2.2	<i>Digital Marketing</i> .....	18
2.1.2.2.1	Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	18
2.1.2.3	Perilaku Konsumen .....	20
2.1.2.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
2.1.3	<i>Applied Theory</i> .....	24
2.1.3.1	Pengertian Keterjangkauan .....	24
2.1.3.2	Dimensi Keterjangkauan.....	29
2.1.4	Afiliasi Pemasaran .....	31
2.1.4.1	Pengertian Afiliasi Pemasaran .....	31
2.1.4.2	Manfaat dan kekurangan Afiliasi Pemasaran ...	35
2.1.4.3	Jenis Afiliasi dalam <i>Affiliate Marketing</i> .....	37
2.1.4.4	Dimensi Afiliasi Pemasaran.....	39
2.1.5	Bukti Fisik .....	45
2.1.5.1	Pengertian Bukti Fisik.....	45
2.1.5.2	Dimensi Bukti Fisik .....	49
2.1.6	Minat Referensial .....	51
2.1.6.1	Pengertian Minat Referensial .....	51
2.1.6.2	Dimensi Minat Referensial .....	58

2.1.7	Penelitian Terdahulu Yang Relevan ..	59
2.2	Kerangka Pemikiran .....	68
2.3	Hipotesis.....	76
 <b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek Penelitian .....	77
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	77
3.1.1.1	Kegiatan Usaha.....	79
3.2	Metode Penelitian.....	79
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	79
3.2.2	Jenis dan Sumber Data .....	82
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel .....	84
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.2.5	Model Penelitian .....	87
3.2.6	Teknik Analisis Data.....	88
3.2.6.1	Uji Instrumen Pengumpulan Data .....	88
3.2.6.1.1	Uji Validitas .....	88
3.2.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	89
3.2.6.2	Metode <i>Succesive Interval</i> .....	90
3.2.6.3	Analisis terhadap Kuesioner .....	
3.2.6.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	93
3.2.6.5	Analisis Regresi Berganda ( <i>Regression Analysis</i> ).....	95
3.2.6.6	Pengujian Hipotesis .....	96

3.2.6.6.1 Penetapan Hipotesis Operasional .....	96
3.2.6.6.2 Penetapan Tingkat Keyakinan.....	97
3.2.6.6.3 Penetapan Signifikansi .....	98
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>100</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	100
4.1.1 <i>Trimming Data</i> .....	100
4.1.2 Identitas Responden .....	100
4.1.3 Keterjangkauan Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pegguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya .....	102
4.1.4 Afiliasi Pemasaran Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pegguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya .....	106
4.1.3 Bukti Fisik Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pegguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya .....	111
4.1.4 Minat Referensial Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pegguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya .....	115
4.1.5 Pengujian Hipotesis.....	119
4.1.5.1 Pengaruh Keterjangkauan, Afiliasi Pemasaran dan Bukti Fisik secara parsial terhadap Minat Referensial Pada Mitra <i>Driver Online</i> Pegguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya .....	119
4.1.5.2 Pengaruh Keterjangkauan Terhadap Minat Referensial Secara Parsial Pada Mitra <i>Driver</i>	

<i>Online</i> Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya.....	121
4.1.5.3 Pengaruh Afiliasi Pemasaran Terhadap Minat Referensial Secara Parsial Pada Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya.....	122
4.1.5.4 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Minat Referensial Secara Parsial Pada Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya.....	123
4.1.6 Pengaruh Keterjangkauan, Afiliasi Pemasaran, dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Minat Referensial Pada Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya .....	124
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	125
4.2.1 Pengaruh Keterjangkauan Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya	125
4.2.2 Pengaruh Afiliasi Pemasaran Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya	127
4.2.3 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya.....	128
4.2.4 Pengaruh Minat Referensial Terhadap Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya	130

1.2.5 Pengaruh Keterjangkauan, Afiliasi Pemasaran dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Minat Referensial Pada Mitra <i>Driver Online</i> Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya.....	131
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>133</b>
5.1 Simpulan.....	133
5.2 Saran.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>151</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Matriks Jadwal Penelitian .....	8
2.1	Penelitian Terdahulu .....	59
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	80
3.2	Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing - Masing Pilihan Jawaban Pernyataan Positif .....	87
3.3	Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing - Masing Pilihan Jawaban Pernyataan Negatif .....	87
3.4	Format Nilai, Notasi & Prediksi masing-masing jawaban Positif .....	92
3.5	Format Nilai, Notasi & Prediksi masing-masing jawaban Negatif .....	92
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	101
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	101
4.3	Rekapitulasi Keterjangkauan .....	103
4.4	Rekapitulasi Afiliasi pemasaran .....	108
4.5	Rekapitulasi Bukti fisik .....	112
4.6	Rekapitulasi Minat referensial .....	116
4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	120

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pengguna Internet di Indonesia .....	2
1.2	Aplikasi Transportasi Online yang Paling Populer.....	3
2.1	Teori yang digunakan .....	9
3.1	Model Penelitian .....	88
4.1	Analisis Regresi Linier Berganda Variabel X1,X2 dan X3 terhadap Y	120

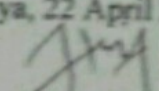
## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner .....	151
2	Trimming data .....	154
3	Data Ordinal .....	155
4	Data Interval .....	175
5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	195
6	Uji Normalitas .....	199
7	Uji Multikolonieritas .....	200
8	Uji Heteroskedastisitas.....	201
9	Uji Regresi.....	202
10	Ringkasan Hasil Klasifikasi Penilaian (Data Ordinal).....	203
11	Distribusi Frekuensi Dan Skor.....	204

- 6 Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA. selaku penguji, yang telah memberikan arahan, ilmu pengetahuan dan dukungannya.
- 7 Dr. Dedi Rudiana, S.E.,M.P. selaku penguji, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan dan dukungannya.
- 8 Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Siliwangi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
- 9 Para staff administrasi, perpustakaan, asisten dan karyawan atas segala bantuan selama proses pembuatan tesis ini sampai selesai dan memberikan pelayanan administrasi selama penulis mengikuti perkuliahan.
- 10 Reza F. Anshori, S.M.,M.M. selaku *Business Development* di PT.Grab Cabang Tasikmalaya.
- 11 Ketua Komunitas *Grab Car* Okinawa Tasikmalaya Bang Zul Jailani.
- 12 Ketua Komunitas *Grab Bike* Sobat Mambo Kang Hitman (Aki) Farisi.
- 13 Seluruh Mitra *Driver Online* Grab di wilayah Kota Tasikmalaya.
- 14 Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen khususnya angkatan 2020 yang saling berbagi informasi selama penyusunan tesis ini

Penulis menyadari bahwa dalam Tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan dan pengalaman penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Tasikmalaya, 22 April 2022

  
Hary Firmansyah

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, baik di Universitas Siliwangi Tasikmalaya maupun di perguruan tinggi lain).
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Tasikmalaya 22 April 2022

Yang Membuat Pernyataan



Hary Firmansyah  
NIM 208334061