

ABSTRACT

THE AFFORDABILITY, MARKETING AFILIATE, AND PHYSICAL EVIDENCE AS DETERMINANT TO REFERENTIAL INTEREST

(Online Driver Grab Application User in Tasikmalaya City)

By:

**HARY FIRMANSYAH
208334061**

**Advisor 1 : H. Kartawan
Advisor II : Yusuf Abdullah**

The purpose of this research for knowing, determine and analyze the effect of the affordability, marketing affiliate and physical evidence partially and simultaneously on referential interest to online driver partners Grab application user in Tasikmalaya City. The research method used is survey method. Analysis tool used is multiple linear analysis regression. Data collection was obtained through observation, questionnaires and literature study. The research showed that the affordability, marketing affiliate and physical evidence had a partial effect on referential interest. Then the affordability, marketing affiliate and physical evidence had a simultaneous effect on the referential interest online driver partner Grab application user in Tasikmalaya City.

Keywords: The Affordability, Marketing Affiliate, Physical Evidence and Referential Interest

ABSTRAK

KETERJANGKAUAN, AFILIASI PEMASARAN, DAN BUKTI FISIK SEBAGAI DETERMINAN TERHADAP MINAT REFERENSIAL

(Pada Mitra *Driver Online* Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya)

Oleh :

**Hary Firmansyah
208334061**

**Pembimbing 1 : H. Kartawan
Pembimbing II : Yusuf Abdullah**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keterjangkauan, afiliasi pemasaran dan bukti fisik terhadap minat referensial baik secara parsial maupun simultan pada mitra *driver online* pengguna aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, kuisisioner dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterjangkauan, afiliasi pemasaran dan bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap minat referensial. Kemudian keterjangkauan, afiliasi pemasaran dan bukti fisik berpengaruh secara simultan terhadap minat referensial mitra *driver online* Pengguna Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: keterjangkauan, afiliasi pemasaran, bukti fisik dan minat referensial