

ABSTRAK

Tiara Andra Devi NIM: 7203250017, Pengaruh *User Generated Content* (UGC) dan Pemanfaatan Shopee Video terhadap *Direct Sales* yang Menjadi Tolak Ukur Keberhasilan Strategi Pemasaran Shopee Afiliator.

Skripsi jurusan Manajemen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *User Generated Content* (UGC) dan Pemanfaatan Shopee Video terhadap *Direct Sales* yang Menjadi Tolak Ukur Keberhasilan Strategi Pemasaran Shopee Afiliator. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan model regresi analisis linear berganda. Data diolah dengan menggunakan program SPSS 25.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 170 orang yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Hasil analisis menunjukkan bahwasannya terdapat pengaruh secara simultan antara *User Generated Content* (X1) dan Pemanfaatan Shopee Video (X2) terhadap *Direct Sales* (Y). Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian Uji F yang menghasilkan nilai Fhitung 33.044 lebih besar dari Ftabel 3.05 dan nilai signifikan F $0,000 <$ dengan tingkat kesalahan 0,05. User generated content (Variabel X1) berpengaruh signifikan terhadap direct sales (Variabel Y) dengan nilai output thitung $4.535 >$ ttabel 1.947 dengan nilai sig $0.000 < 0.05$. Sedangkan pemanfaatan Shopee Video (Variabel X2) tidak berpengaruh terhadap direct sales (Variabel Y) yang ditunjukkan dengan output Uji T, dimana thitung $1.871 <$ ttabel 1.947 dengan nilai sig $0.063 > 0.05$.

Kata Kunci: *User Generated Content, Pemanfaatan Shopee Video, Direct Sales, Shopee Afiliator*

ABSTRACT

Tiara Andra Devi NIM: 7203250017, The Effect of User Generated Content (UGC) and Shopee Video Utilization on Direct Sales which Benchmark The Success of Shopee Afiliator Marketing Strategy.

Thesis majoring in Management, Digital Business Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2024. Thesis majoring in Management Digital Business Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2024. This study aims to determine the effect of User Generated Content (UGC) and Shopee Video Utilization on Direct Sales which Benchmarks the Success of the Shopee Afiliator Marketing Strategy. This research is descriptive quantitative research with multiple linear analysis regression models. The data was processed using the SPSS 25 program.

The number of samples used in this study were 170 people selected based on predetermined criteria. The results of the analysis show that there is a simultaneous influence between User Generated Content (X1) and Shopee Video Utilization (X2) on Direct Sales (Y). This can be seen in the results of the F test which produces an F_{count} value of 33,044 greater than F_{table} 3.05 and a significant value of F $0.000 <$ with an error rate of 0.05. User generated content (Variable X1) has a significant effect on direct sales (Variable Y) with an output value of t_{count} $4.535 > t_{\text{table}}$ 1.947 with a sig value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the utilization of Shopee Video (Variable X2) has no effect on direct sales (Variable Y) as indicated by the T test output, where the t_{count} $1.871 < t_{\text{table}}$ 1.947 with a sig value of $0.063 > 0.05$.

Keywords: *User Generated Content, Shopee Video Utilization, Direct Sales, Shopee Afiliator*