

ABSTRAK

Debi Cahyani: Pengaruh *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Sudut pandang Islam para *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

Keberadaan program *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* menjadi salah satu pilihan penting bagi para wanita muslimah yang memiliki keinginan untuk mempunyai sumber penghasilan yang lebih banyak. Baik wanita muslimah yang masih remaja, ibu rumah tangga, bahkan sampai yang berusia lima puluh tahun ke atas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Sudut pandang Islam para *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung..

Adapun dasar teori yang digunakan adalah teori mashlahah sebagai *grand theory*, teori *marketing* sebagai *middle theory* yang didukung dengan teori ekonomi syariah, serta teori Kesejahteraan Ekonomi *applied theory*.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah *Shopee Affiliator* di Kota Bandung. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 *Shopee Affiliator* di Kota Bandung . Uji yang digunakan adalah Koefisien korelasi product moment, Uji Realibilitas (Alpha Cornbach), Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis.

Kesimpulan penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Shopee Affiliate* terhadap Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* di Kota Bandung, terdapat pengaruh positif signifikan antara *Social Media Marketing* Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* di Kota Bandung, dan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat *Shopee Affiliate* dan *Shopee Affiliator* terhadap Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* di Kota Bandung.

ABSTRACT

Debi Cahyani: The Influence of Shopee Affiliate and Social Media Marketing on the Economic Welfare of the Islamic Perspective of Muslim Shopee Affiliators in Bandung City.

The existence of the Shopee Affiliate and Social Media Marketing programs is an important choice for Muslim women who want to have more sources of income. Both Muslim women who are still teenagers, housewives, even those aged fifty years and over.

This study aims to analyze the influence of Shopee Affiliate and Social Media Marketing on the Economic Welfare of the Islamic Perspective of Muslim Shopee Affiliators in Bandung City.

The theoretical basis used is the mashlahah theory as a grand theory, marketing theory as a middle theory supported by sharia economic theory, and the theory of Economic Welfare applied theory.

In this study, the method used is a descriptive verification method with a quantitative approach. The object of research is Shopee Affiliators in Bandung City. The type of data used is primary data with a data collection technique using a questionnaire distributed to 100 Shopee Affiliators in Bandung City. The tests used are the Product Moment Correlation Coefficient, Reliability Test (Alpha Cornbach), Multiple Linear Regression Test, and Hypothesis Test.

The conclusion of this study proves that there is a positive and significant influence between Shopee Affiliate on the Economic Welfare of Shopee Affiliators in Bandung City, there is a significant positive influence between Social Media Marketing on the Economic Welfare of Shopee Affiliators in Bandung City, and simultaneously there is a positive and significant influence between the level of Shopee Affiliate and Shopee Affiliator on the Economic Welfare of Shopee Affiliators in Bandung City.

خلاصة

ديبي كاهياني: تأثير التسويق بالعمولة عبر شوبي ومواقع التواصل الاجتماعي على الرفاهية الاقتصادية من منظور إسلامي للمنتسبين المسلمين إلى شوبي في مدينة باندونغ

خيارًا مهمًا Shopee يعد وجود برامج التسويق بالعمولة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في للنساء المسلمات اللواتي يرغبن في الحصول على المزيد من مصادر الدخل. النساء المسلمات سواء في سن المراهقة أو ربات البيوت، وحتى من بلغن الخمسين من العمر فما فوق

والتسويق عبر وسائل Shopee تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التسويق بالعمولة لشركة من منظور إسلامي في Shopee التواصل الاجتماعي على الرفاهية الاقتصادية للأعضاء المسلمين في مدينة باندونغ

الأساس النظري المستخدم هو نظرية المصلحة كنظرية كبرى، ونظرية التسويق كنظرية وسطية مدعومة بنظرية الاقتصاد الشرعي، ونظرية الرفاهية الاقتصادية التطبيقية

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو أسلوب التحقق الوصفي مع اتباع المنهج الكمي. موضوع البحث هو في مدينة باندونغ. نوع البيانات المستخدمة هي بيانات أولية مع تقنيات جمع البيانات Shopee Affiliate في مدينة باندونغ. Shopee باستخدام الاستبيانات التي تم توزيعها على 100 من الشركات التابعة لـ الاختبارات المستخدمة هي معامل ارتباط اللحظة المنتجة، واختبار الموثوقية (ألفا كورنباخ)، واختبار الانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضية

على الرفاهية Shopee Affiliate استنتاج هذه الدراسة أن هناك تأثيرًا إيجابيًا وهامًا بين مثبت في مدينة باندونغ، وهناك تأثير إيجابي كبير بين التسويق عبر وسائل Shopee الاقتصادية لمنتسبي في مدينة باندونغ، وفي الوقت نفسه هناك Shopee التواصل الاجتماعي على الرفاهية الاقتصادية لمنتسبي على الرفاهية الاقتصادية Shopee Affiliator وShopee Affiliate تأثير إيجابي وهام بين مستوى في مدينة باندونغ، Shopee لمنتسبي