

RIWAYAT PUBLIKASI

Judul Artikel:	Peran Guidance Shopping Affordance pada Social Commerce Intention
Penulis:	Faishol Baihaqi, Burhanudin Burhanudin
Nama Jurnal:	ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
Penerbit:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Kategori:	S4 (https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/7066)

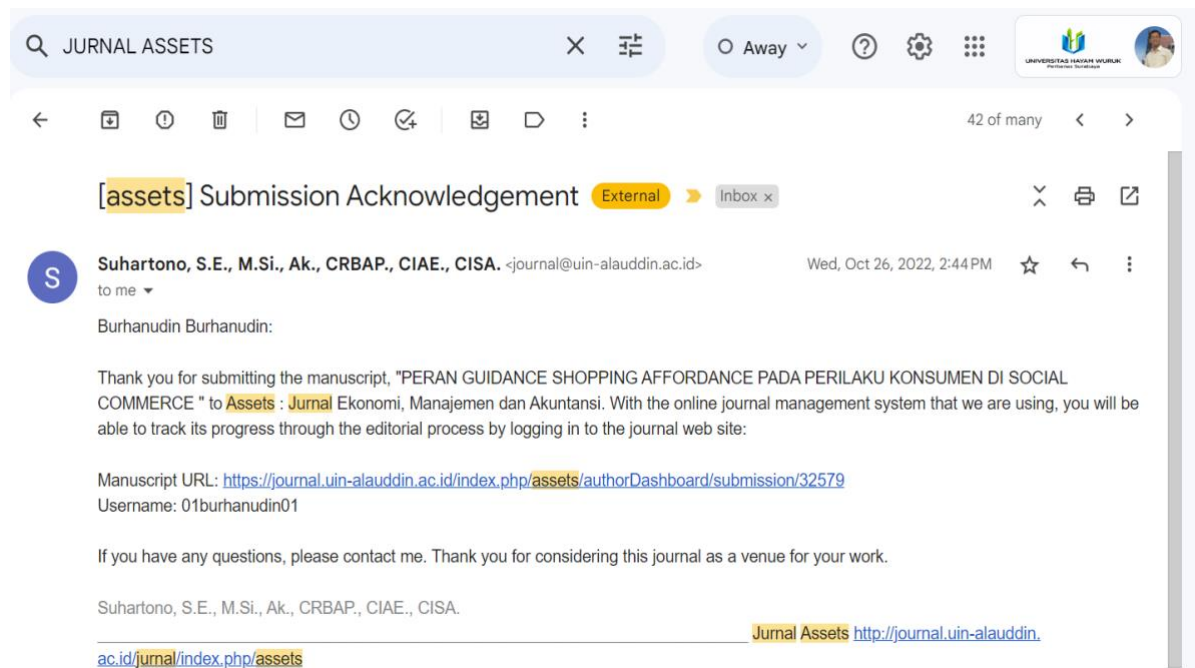
**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
(dh. STIE Perbanas Surabaya)**

DAFTAR ISI

1. Submission Acknowledgment - 26 Oktober 2022	3
2. Editor Decision: Revision is required - 31 Oktober 2022	4
3. Tanggapan atas Komentar Reviewer Revision is required - 7 November 2022	6
4. Editor Decision: Accept Submission - 5 Desember 2022	12
5. Production - 6 Desember 2022	13

1. Submission Acknowledgment - 26 Oktober 2022

Dari: ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
journal@uin-alauddin.ac.id
Subyek: Submission Acknowledgement
Tanggal: 26 Oktober 2022
Kepada: burhanudin@perbanas.ac.id



JURNAL ASSETS

[assets] Submission Acknowledgement External Inbox x

Suhartono, S.E., M.Si., Ak., CRBAP., CIAE., CISA. <journal@uin-alauddin.ac.id> Wed, Oct 26, 2022, 2:44 PM ☆ ↶ ⋮
to me ▾

Burhanudin Burhanudin:

Thank you for submitting the manuscript, "PERAN GUIDANCE SHOPPING AFFORDANCE PADA PERILAKU KONSUMEN DI SOCIAL COMMERCE " to **Assets : Jurnal** Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. With the online journal management system that we are using, you will be able to track its progress through the editorial process by logging in to the journal web site:

Manuscript URL: <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/assets/authorDashboard/submission/32579>
Username: 01burhanudin01

If you have any questions, please contact me. Thank you for considering this journal as a venue for your work.

Suhartono, S.E., M.Si., Ak., CRBAP., CIAE., CISA.
Jurnal Assets <http://journal.uin-alauddin.ac.id/jurnal/index.php/assets>

2. Editor Decision: Revision is required - 31 Oktober 2022

Dari: ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
journal@uin-alauddin.ac.id
Subyek: Editor Decision
Tanggal: 31 Oktober 2022
Kepada: burhanudin@perbanas.ac.id

The screenshot shows an email interface for 'JURNAL ASSETS'. The email is from 'Suhartono <journal@uin-alauddin.ac.id>' to 'me', dated 'Mon, Oct 31, 2022, 8:06 AM'. The subject is '[assets] Editor Decision'. The body of the email contains the following text:

Burhanudin Burhanudin:

We have reached a decision regarding your submission to **Assets : Jurnal** Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, "PERAN GUIDANCE SHOPPING AFFORDANCE PADA PERILAKU KONSUMEN DI SOCIAL COMMERCE".

Our decision is: Revision is Required and please attach your turnitin result

Redaktur **ASSETS**

Suhartono
(SINTA ID. 6687438) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Phone 085255187474
suhart2089@gmail.com

The screenshot shows a web application interface with a notification modal open. The modal title is '[assets] Editor Decision' and it contains the same text as the email above. The background interface shows a sidebar with 'Round 1 Status' (Submission accepted), 'Notifications' (with links to '[assets] Editor Decision'), and 'Reviewer's Attachments'. The main content area shows a list of notifications with dates and times.

Komentar Reviewer

Reviewer 1

1. Judul: *social commerce intention* atau *social commerce behaviour*?
2. Studi Pustaka: Tambahkan grand theory.
3. Hipotesis: Berdasarkan arah panah hubungan pada model. Mengapa tidak dikembangkan hipotesis:
 - a. Pengaruh *guidance shopping affordance* terhadap *social commerce intention* melalui *trust in seller*.
 - b. Pengaruh *guidance shopping affordance* terhadap *social commerce intention* melalui *trust in social media*.
 - c. Pengaruh *guidance shopping affordance* terhadap *social commerce intention*.
4. Tabel 6: Lihat komentar pada model hubungan antar variabel.
5. Hasil: Kaitkan dengan hasil penelitian terdahulu dan teori yang mendukung.

Reviewer 2

1. Abstrak Bahasa Inggris: Sesuaikan dengan abstrak Bahasa Indonesia.
2. Abstrak bahasa Indonesia: Ditulis dalam Bahasa Indonesia, sekitar 150-175 kata. Abstrak ini terdiri dari tujuan penelitian maupun latar belakang penelitian, metode yang digunakan, dan kesimpulan atau temuan penelitian.
3. Metode: Untuk memperjelas arah hubungan tiap variabel, sajikan model penelitian (path).
4. Rapikan penulisan daftar pustaka.

3. Tanggapan atas Komentar Reviewer Revision is required - 7 November 2022

Dari: Burhanudin
Subyek: Tanggapan Komentar dan Penyampaian Revisi
Tanggal: 7 November 2022
Kepada: Suhartono, S.E., M.Si
Editor-in-Chief ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi

Note	From
Surabaya, 7 November 2022	01burhanudin01
Kepada Yth. Bapak Suhartono, S.E., M.Si.	2022-11-07 08:33
Editor-in-Chief	AM
ASSETS Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi	
<p>Salam hormat,</p> <p>Ijinkan saya, atas nama penulis, mengirimkan revisi artikel dengan judul "Peran guidance shopping affordance pada social commerce intention" berdasarkan masukan reviewer. Perbaikan kami tandai dengan teks warna biru. Respon penulis pada komentar reviewer kami sajikan melalui reply tiap komentar.</p> <p>Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada editor dan reviewer yang telah meluangkan waktu memberikan perhatian dan saran pada artikel kami.</p> <p>Saya mengkonfirmasi bahwa artikel tersebut orisinil dan belum dipublikasikan di manapun serta tidak sedang dipertimbangkan untuk dipublikasikan di manapun.</p> <p>Terima kasih atas perhatian dan kesempatannya.</p> <p>Hormat Saya, Burhanudin</p>	

Reviewer #1

Komentar 1 = Judul: social commerce intention atau social commerce behaviour?

Tanggapan 1 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, social commerce intention adalah variabel yang diteliti pada penelitian ini sehingga menjadi sebagai berikut:

Peran Guidance Shopping Affordance pada Social Commerce Intention

Komentar 2 = Pada studi Pustaka: Tambahkan grand theory.

Tanggapan 2 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, grand theory sudah ditambahkan sebagai berikut:

Theory of Planned Behaviour

Theory of planned behavior (TPB) (Ajzen, 1991) menjadi dasar dalam penelitian ini. TPB menjelaskan bahwa sebuah niat berperilaku dipengaruhi oleh norma subyektif, sikap, dan persepsi kontrol individu atas perilakunya. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa ada kemungkinan variable lain yang mempengaruhi niat seseorang dalam berperilaku sehingga terbuka penelitian lebih lanjut tentang variabel yang mempengaruhi niat berperilaku tersebut. Selain itu, pengujian variabel yang mempengaruhi niat perlu diuji beragam konteks. TPB telah diuji pada konteks di luar social commerce (Pangestie and Setyawan, 2019; Seni and Ratnadi, 2017; Fuady et al., 2020) namun masih terbatas pada social commerce (Ajzen, 2020).

Penelitian ini menggunakan theory of planned behavior dalam konteks social commerce. Penelitian ini menguji apakah variabel guidance shopping affordance, trust in seller, trust in social media menentukan social commerce intention. Pengujian ini penting untuk memahami peran panduan belanja, kepercayaan pada penjual, dan kepercayaan pada media social dalam menumbuhkan niat belanja melalui media sosial. Pengujian ini akan menambah literature dalam pemasaran tentang penentu niat berperilaku konsumen di media sosial (Ajzen, 2020).

Komentar 3 = Pada bagian hipotesis: Berdasarkan arah panah hubungan pada model. Mengapa tidak dikembangkan hipotesis.

- a. Pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention melalui trust in seller
- b. Pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention melalui trust in social media
- c. Pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention

Tanggapan 3 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, hipotesis telah dikembangkan sesuai dengan saran. Ringkasan hipotesis tersaji di Tabel 6 kolom pertama.

Komentor 4 = Pada Tabel 6: Lihat komentar pada model hubungan antar variable

Tanggapan 4 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, Tabel 6 telah di update sejalan dengan model penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur	<i>t-value</i>	<i>p-value</i>	Kesimpulan
H1: <i>Guidance shopping affordance</i> \square <i>Social commerce intention</i>	0,466	6,848	0,000	Didukung
H2: <i>Guidance shopping affordance</i> \square <i>Trust in seller</i>	0,742	21,801	0,000	Didukung
H3: <i>Guidance shopping affordance</i> \square <i>Trust in social media</i>	0,746	21,158	0,000	Didukung
H4: <i>Guidance shopping affordance</i> \square <i>Trust in seller</i> \square <i>Social commerce intention</i>	0,120	1,485	0,138	Tidak Didukung
H5: <i>Guidance shopping affordance</i> \square <i>Trust in social media</i> \square <i>Social commerce intention</i>	0,132	1,462	0,144	Tidak Didukung
H6: <i>Trust in seller</i> \square <i>Social commerce intention</i>	0,189	2,793	0,005	Didukung
H7: <i>Trust in social media</i> \square <i>Social commerce intention</i>	0,189	2,856	0,004	Didukung

Sumber: Data Diolah (2022)

Komentor 5 = Pada bagian hasil: Kaitkan dengan hasil penelitian terdahulu dan teori yang mendukung.

Tanggapan 5 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, hasil penelitian sudah dikaitkan dengan penelitian terdahulu dan teori yang mendukung dengan contoh salah satu pembahasan adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian diatas mendukung theory of planned behavior. Pertama, guidance shopping affordance signifikan mempengaruhi social commerce intention. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sun et al. (2019) dan sejalan dengan Ajzen (2020) bahwa theory of planned behavior dapat dikembangkan dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi niat. Perbedaanya penelitian ini berfokus pada panduan konsumen pada fitur TikTok Shop, sedangkan Sun et al (2019) panduan pada social commerce

platform (Taobao.com, Mogujie.com) dan social media platform (Sina Microblog). Hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi Sun et al (2019) bahwa panduan berbelanja dapat mempengaruhi niat konsumen melakukan jual beli di sosial commerce. Temuan diatas menunjukkan adanya hasil penting panduan berbelanja perlu digunakan untuk meningkatkan niat pembelian.

Reviewer #2

Komentar 1 = Pada bagian Abstrak Bahasa Inggris: Sesuaikan dengan abstrak Bahasa Indonesia.

Tanggapan 1 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, Abstrak Bahasa Inggris sudah disesuaikan dengan abstrak Bahasa Indonesia seperti berikut:

***Abstrac:** Consumers are interested in shopping through social media, however, studies on social commerce intention are currently limited. This study aims to examine the effect of guidance shopping affordance on social commerce intention directly and indirectly through trust in seller and tust in social media. This study conducted a survey and there were 257 respondents. This study analyzed the data using a structural equation modeling. This study found that guidance shopping affordance directly affects trust in seller and trust in social media. This study then found that guidance shopping affordance and trust in seller as well as trust in social media directly affect social commerce intention. This study did not find support that trust in seller and trust in social media mediate the influence of guidance shopping affordance on social commerce intention. The findings suggest that social commerce platforms need to provide a shopping guidance which helps the consumers find the products and buy easily.*

Komentar 2 = Pada bagian Abstrak bahasa Indonesia: Ditulis dalam Bahasa Indonesia, sekitar 150-175 kata. Abstrak ini terdiri dari tujuan penelitian maupun latar belakang penelitian, metode yang digunakan, dan kesimpulan atau temuan penelitian.

Tanggapan 2 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, abstrak sudah ditulis dalam Bahasa Indonesia sekitar 150-175 kata terdiri dari tujuan penelitian maupun latar belakang penelitian, metode yang digunakan, dan kesimpulan atau temuan penelitian seperti berikut:

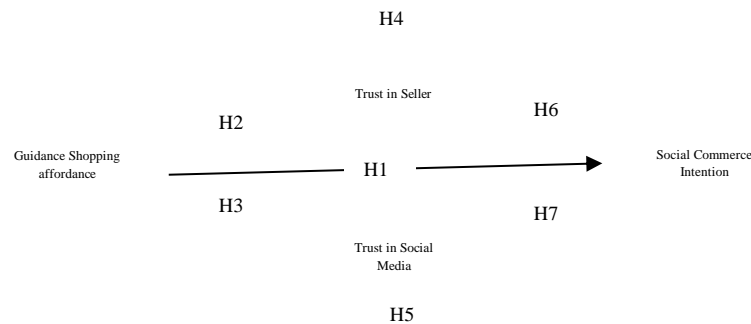
***Abstrak:** Banyak konsumen tertarik untuk berbelanja melalui media sosial, namun penelitian mengenai social commerce intention pada konsumen Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention secara langsung dan tidak langsung melalui trust in seller dan tust in social media. Survei kemudian dilakukan dan sebanyak 257 responden berpartisipasi pada*

survei tersebut. Penelitian ini menganalisis data dengan menggunakan model persamaan struktural. Hasil analisis menunjukkan bahwa guidance shopping affordance secara langsung mempengaruhi trust in seller dan trust in social media. Penelitian ini selanjutnya menemukan guidance shopping affordance dan trust in seller serta trust in social media secara langsung mempengaruhi social commerce intention. Penelitian ini tidak menemukan trust in seller dan trust in social media memediasi pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention. Temuan diatas menunjukkan bahwa penyedia platform belanja melalui media sosial perlu menyediakan panduan yang membuat konsumen mudah dalam menemukan produk yang dibutuhkan dan membelinya. Penelitian ini tidak menemukan trust in seller dan trust in social media memediasi pengaruh guidance shopping affordance terhadap social commerce intention. Temuan diatas menunjukkan bahwa penyedia platform belanja melalui media sosial perlu menyediakan panduan yang membuat konsumen mudah dalam menemukan produk yang dibutuhkan dan membelinya.

Komentar 3 = Pada bagian metode: Untuk memperjelas arah hubungan tiap variabel, sajikan model penelitian (path).

Tanggapan 3 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, model penelitian (path) sudah disajikan seperti berikut:

Gambar 1. Model Penelitian

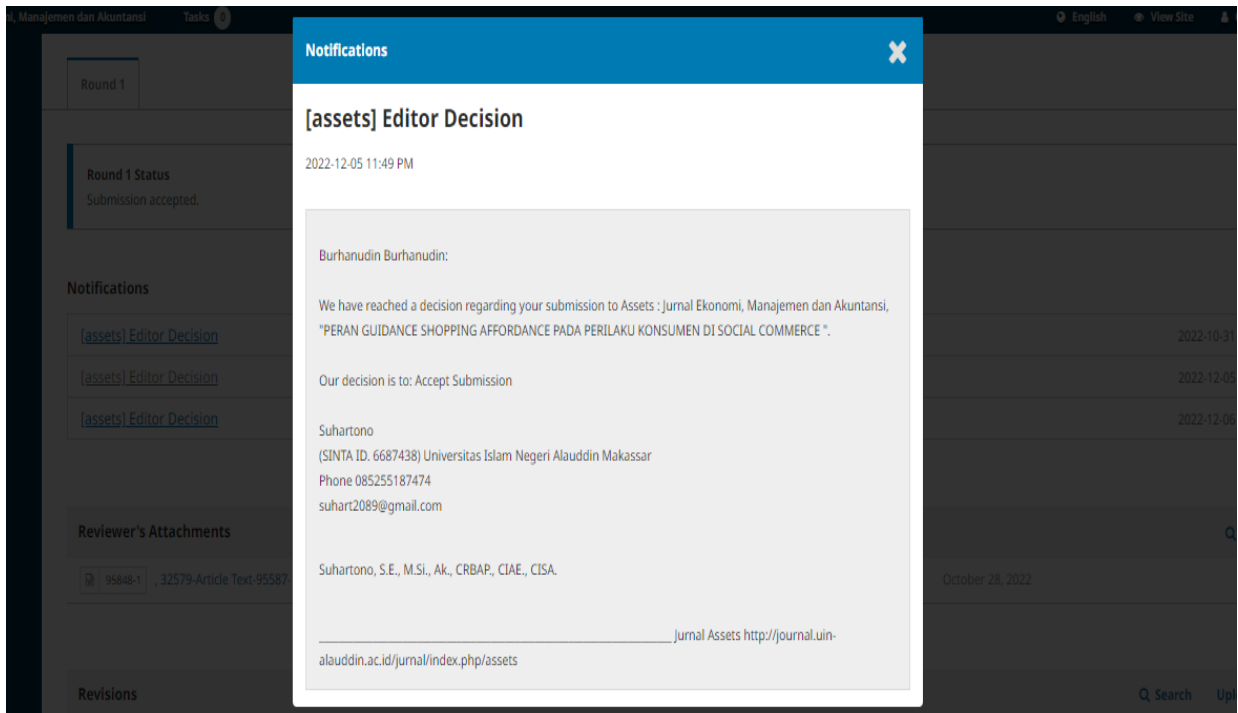


Komentar 4 = Rapikan penulisan daftar pustaka.

Tanggapan 4 = Terimakasih masukannya Bapak/Ibu, daftar pustaka telah diperbaiki sesuai dengan panduan.

4. Editor Decision: Accept Submission - 5 Desember 2022

Dari: ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
journal@uin-alauddin.ac.id
Subyek: Editor Decision: Accept Submission
Tanggal: 5 Desember 2022
Kepada: Burhanudin
Username OJS: 01burhanudin01



5. Production - 6 Desember 2022

Dari: ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
journal@uin-alauddin.ac.id
Subyek: Editor Decision: Accept Submission
Tanggal: 6 Desember 2022
Kepada: Burhanudin
Username OJS: 01burhanudin01

The image shows a screenshot of an email notification from the journal ASSETS. The notification is titled "[assets] Editor Decision" and is dated 2022-12-06 12:15 AM. The recipient is Burhanudin, Faishol Baihaqi. The message states that the editing of the submission, "PERAN GUIDANCE SHOPPING AFFORDANCE PADA SOCIAL COMMERCE INTENTION," is complete and it is now being sent to production. The submission URL is provided as <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/assets/authorDashboard/submission/32579>. The editor's name and contact information are listed as Suhartono, S.E., M.Si., Ak., CRBAP, CIAE., CISA, (SINTA ID. 6687438) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Phone 085255187474, and suhart2089@gmail.com. The footer of the notification includes the journal name "Jurnal Assets" and the URL <http://journal.uin-alauddin.ac.id/jurnal/index.php/assets>. The background of the screenshot shows a dark interface with various menu items like "Notifications", "Reviewer's Attachments", and "Revisions".