

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEWS TIKTOK SHOP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademi dan Memenuhi
Syarat Mancapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga



OLEH :

Nadi Patala Shinta

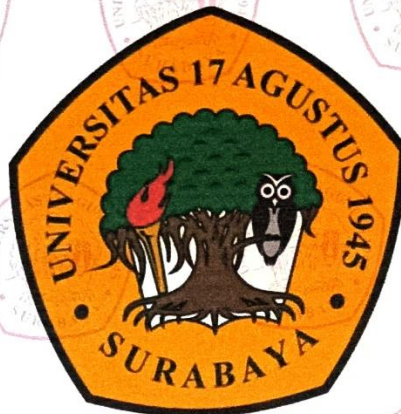
NBI : 1122000069

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEWS TIKTOK SHOP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademi dan Memenuhi
Syarat Mancapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga**



OLEH :

Nadi Patala Shinta

NBI : 1122000069

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

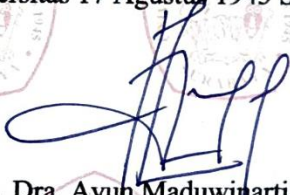
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nadi Patala Shinta
NIM : 1122000069
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi : Administrasi Niaga
Judul : Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Reviews*
TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z di
Surabaya

Surabaya, 27 Juni 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Niaga pada 27 Juni 2024.

Dewan Penguji :

1. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**
Ketua



2. **Drs. Agung Pujianto, M.M.**
Anggota



3. **Dra. Sri Andayani, M.M.**
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nadi Patala Shinta

NIM : 1122000069

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Reviews*
TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z
di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan nama bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademi tertentu.
2. Bahwa saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagai atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebut sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi tersebut pencabutan gelar akademi yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh tanpa paksaan orang lain dan atas kesadaran penuh.

Surabaya, 27 Juni 2024

Yang membuat pernyataan


Nadi Patala Shinta



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadi Patala Shinta
NBI : 1122000069
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Reviews* TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z di Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 27 Juni 2024

Yang Menyatakan



Nadi Patala Shinta

ABSTRAK

Perilaku konsumen global saat ini bergeser dari *offline shopping* menjadi *online shopping*. Hal tersebut dikarenakan masyarakat menginginkan sesuatu yang mudah dan praktis. Ketatnya persaingan ini mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Adanya media sosial menjadi salah satu penolong para pelaku usaha untuk menjalankan strategi pemasarannya. Keputusan yang tepat bagi TikTok yang kemudian memperkenalkan *social commerce*-nya yaitu TikTok Shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *affiliate marketing* dan *online customer reviews* TikTok Shop terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling (non-random sampling)*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yaitu generasi Z di Surabaya. Pengumpulan data menggunakan e-kuesioner dengan media Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *affiliate marketing* dan *online customer reviews* TikTok Shop berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Surabaya.

Kata kunci : *Affiliate Marketing; Online Customer Reviews; Keputusan Pembelian; TikTok Shop*

ABSTRACT

Global consumer behavior is currently shifting from offline shopping to online shopping. This is because people want something that is easy and practical. This intense competition encourages business actors to improve marketing strategies in order to reach a wider market. The existence of social media is a help for business actors to carry out their marketing strategies. The right decision for TikTok which then introduced its social commerce, namely TikTok Shop. This research aims to determine the influence of affiliate marketing and online customer reviews of TikTok Shop on generation Z purchasing decisions in Surabaya. The research method used in this research is a descriptive method with a quantitative approach. The sampling technique used in this research is non-probability sampling (non-random sampling). The respondents in this research were 100 people, namely generation Z in Surabaya. Data collection uses e-questionnaires using Google Form media. The research results show that affiliate marketing and online customer reviews of TikTok Shop have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on generation Z purchasing decisions in Surabaya.

Keywords : *Affiliate Marketing; Online Customer Reviews; Buying Decision; TikTok Shop*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan yang terdapat dalam tugas akhir Skripsi ini baik berupa penulisan maupun cara tata bahasa. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi jalan, kesehatan, kelancaran, serta kebahagiaan selama pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Kepala Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan, tenaga, dan motivasi kepada peneliti hingga terselesainya laporan tugas akhir skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, sehingga ilmu yang telah diajarkan dapat dimanfaatkan dikemudian hari.

7. Kedua orang tua dan kakak yang sangat penulis hormati, besar rasa terima kasih penulis sampaikan kepada beliau – beliau karena senantiasa selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan secara moril maupun material sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Fadilla Riska Maharani yang selalu ada di sisi penulis, serta sahabat SMP dan SMA penulis yang memberi dukungan penuh, jauh sebelum hingga setelah penulis menyelesaikan Skripsi ini.
9. Teman seperjuangan penulis Mey Vinadya, Elisa Mardiani Putri, Wanda Ula Maroturizky, dan teman – teman lainnya yang selalu menemani, memberi dukungan serta masukan kepada penulis selama masa perkuliahan maupun penyusunan tugas akhir Skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah bersedia sebagai sampel dalam penelitian tugas akhir Skripsi ini.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir Skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun. Penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Surabaya, 6 Juni 2024

Penulis,

Nadi Patala Shinta

DAFTAR ISI

COVER	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
21 Manajemen Pemasaran	16
22 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	17
23 Komunikasi Pemasaran	18
24 <i>Affiliate Marketing</i> (Pemasaran Afiliasi)	20
25 <i>Online Customer Review</i>	22
26 Perilaku Konsumen	24
27 Keputusan Pembelian	25

2.3 Definisi Operasional.....	27
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel.....	29
2.5.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian ----	29
2.5.2 Pengaruh <i>Online Customer Reviews</i> dengan Keputusan Pembelian	
.....	29
2.5.3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> dan <i>Online Customer Reviews</i>	
dengan Keputusan Pembelian.....	29
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	30
2.7 Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN -----	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
31 Populasi.....	31
32 Sampel.....	31
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian-----	32
31 Pengukuran.....	32
32 Instrumen Penelitian.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35
31 Jenis Data.....	35
32 Sumber Data.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
31 Uji Asumsi Klasik.....	36
32 Regresi Linier berganda.....	37
33 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN -----	39
4.1 Penyajian Data.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian-----	39
4.1.2 Karakteristik Responden.....	40

4.1.3. Uji Instrumen.....	42
4.2 Tabulasi Data.....	43
4.2.1 Tabulasi Data Variabel.....	44
4.2.2 Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel -----	53
4.3 Analisis Data.....	57
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda -----	60
4.3.3 Uji Hipotesis.....	62
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian --	65
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Reviews</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.4.3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> dan <i>Online Customer Reviews</i> terhadap Keputusan.....	66
BAB V PENUTUP -----	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Rekomendasi.....	68
DAFTAR PUSTAKA-----	70
LAMPIRAN -----	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	9
Tabel 2.2 Variabel dan Indikator Penelitian	27
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.2 <i>Interval</i> Kelas	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.4 Uji Validitas	42
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6 <i>Interval</i> Kelas	43
Tabel 4.7 Tabulasi Data Variabel <i>Affiliate Marketing</i> (X1)	44
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel <i>Online Customer Reviews</i> (X2)	47
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.10 Indikator <i>Affiliate Marketing</i>	54
Tabel 4.11 Indikator <i>Online Customer Reviews</i>	55
Tabel 4.12 Indikator Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.13 Uji Normalitas	57
Tabel 4.14 Uji Linieritas <i>Affiliate Marketing</i>	58
Tabel 4.15 Uji Linieritas <i>Online Customer Reviews</i>	58
Tabel 4.16 Uji Multikolonieritas	59
Tabel 4.17 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.18 Uji t (Parsial)	62
Tabel 4.19 Uji F (Simultan)	63
Tabel 4.20 Koefisiensi Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data aplikasi paling banyak diunduh -----	2
Gambar 1.2 Data usia pengguna TikTok.....	3
Gambar 1.3 Perkembangan pangsa pasar <i>e-commerce</i> -----	3
Gambar 1.4 <i>Affiliate Marketing</i>	5
Gambar 1.5 <i>Online Customer Reviews</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 4.1 Logo TikTok Shop.....	39
Gambar 4.2 Logo TikTok Shop X Tokopedia-----	40
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	75
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	79
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas-----	89
Lampiran 4 Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 5 Regresi Linier Berganda.....	94
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	96
Lampiran 8 Surat Keterangan Turniti.....	98
Lampiran 9 Hasil Turniti.....	99
Lampiran 10 Lembar Revisi.....	100

