

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *CONTENT AFFILIATE* TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS THE ORIGINOTE* DI TIKTOK

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

AULIA YUNITA SUKARNO PUTRI

NBI. 1152000123

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

2024

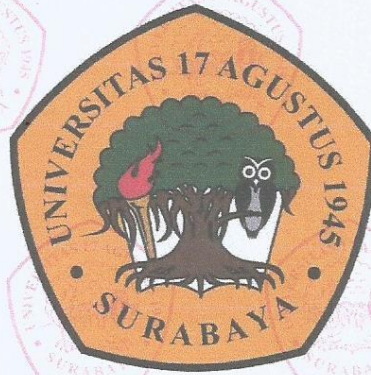
**Pengaruh Intensitas Penggunaan *Content Affiliate* Terhadap
Minat Beli *Followers The Originote* di Tiktok**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Aulia Yunita Sukarno Putri

NBI. 1152000123

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

2024


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aulia Yunita Sukarno Putri
NBI : 1152000123
Judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan *Content Affiliate*
Terhadap Minat Beli *Followers* The Originote di
Tiktok

Surabaya, 8 Juli 2024

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

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1


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


Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si
NPP. 20150190816

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 08 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si
Ketua

()

2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Anggota


()

3. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos.,
M. Med. Kom
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 ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Yunita Sukarno Putri
NBI : 1152000123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan *Content Affiliate*
Terhadap Minat Beli *Followers* The Originote di
Tiktok

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku (Undang – undang Nomor 20 tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70)

Surabaya, 8 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



(Aulia Yunita Sukarno Putri)



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 : Aulia Yunita Sukarno Putri
NBI : 1152000123
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Intensitas Penggunaan *Content Affiliate* Terhadap Minat beli
Followers The Originote di Tiktok”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (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 : 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Aulia Yunita Sukarno Putri)

ABSTRAK

Teknologi yang terus berkembang memberikan dampak pada bidang pemasaran. Berawal pada era konvensional (*offline*) kini beralih menjadi era digital (*online*). Hal tersebut membuat nilai ketergantungan mengakses media sosial semakin tinggi. Kehadiran media baru juga turut dimanfaatkan sebagai media promosi produk. *Content affiliate* The Originote merupakan sebagai layanan promosi yang dikemas secara menarik dan kreatif. Intensitas penggunaan *content* memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli *followers* The Originote di TikTok. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan *content affiliate* The Originote terhadap minat beli *followers* The Originote di TikTok. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori stimulus respon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis statistik deskriptif yang diolah melalui SPSS versi 26. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan jumlah 100 responden yang telah ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane. Didapatkan hasil bahwa intensitas penggunaan *Content Affiliatte* The Originote terhadap minat beli *followers* The Originote di TikTok memiliki pengaruh dengan nilai 65,6%. Dan dinyatakan bahwa hipotesis diterima yang artinya variabel Intensitas Penggunaan *Content Affiliate* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli *followers* The Originote di TikTok.

Kata kunci : Intensitas penggunaan, *Content Affiliate*, Tiktok, Minat Beli.

ABSTRACT

Technology that continues to develop has an impact on the marketing field. Starting from the conventional era (offline) has now moved into the digital era (online). This makes the value of independence in accessing social media even higher. The presence of new media is also used as a product promotion medium. The Originote content affiliate is a promotional service that is packaged attractively and creatively. The intensity of content use has an important role in influencing the purchasing interest of The Originote followers on TikTok. This research aims to find out whether there is an influence on the intensity of use of The Originote affiliate content on the purchasing interest of The Originote followers on TikTok. The theory used in this research is stimulus response theory. This research uses quantitative methods, with descriptive statistical analysis techniques processed using SPSS version 26. Data collection uses a questionnaire, with a total of 100 respondents who have been determined using the Taro Yamane formula. The results showed that the intensity of use of The Originote's Affiliate Content on the buying interest of The Originote's followers on TikTok had an influence of 65.6%. And it is stated that the hypothesis is accepted, which means that the Intensity of Affiliate Content Use variable has a significant positive effect on the buying interest of The Originote followers on TikTok.

Keywords: *Intensity of use, Affiliate, Tiktok, Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan *Content Affiliate* Terhadap Minat Beli *Followers The Originote* di Tiktok”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) prodi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Untuk Allah SWT atas karunianya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan serta kesabaran yang diberikan kepada penulis. Dengan kehendak-Nya, penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis mengakui bahwa tanpa petunjuk-Nya, segala upaya ini tidak akan pernah terwujud.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku dekan Fakultas Ilmu USosial ndan iIlmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan arahan selama masa perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

6. Bapak Dr. Teguh priyo Sadono, M.Si, sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Wahyu Kuncoro, ST., M.Med.Kom sebagai pembimbing II, telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh staf karyawan dan staf perpustakaan telah melayani dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
8. Kedua orang tuaku, Ayah Sukarno dan Ibu Siswati yang selalu memberikan dukungan, doa serta kasih sayang. Terima kasih yang tak terhingga atas segala upaya yang diberikan kepada penulis baik secara materil maupun moril hingga sampai saat ini. Kepada kakak ku Fanny Novianti, keponakan-ku Fathaan dan Alby terima kasih sudah mendukung dan menghibur penulis disaat tengah menyusun skripsi.
9. Keluarga besar, saudaraku Rahma dan sepupuku yang lainnya terima kasih telah memberi dukungan dan peduli terhadap penulis selama penyusunan skripsi.
10. Teruntuk teman seperjuanganku di perkuliahan Aisyah Amelia Putri Ardiyanto, terima kasih telah memberi dukungan selama penyusunan skripsi, terima kasih Marcella Nethania, Fanny Fernia yang tidak pernah bosan untuk memberi dukungan secara beriringan, nasihat serta tenaganya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi. Setiap diskusi, keluhan, tawa, semuanya telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
11. Teruntuk teman teman yang ku temui di masa KKN (R35) Ratih Brity Rosa terima kasih telah memberi dukungan dan doa dalam proses penyusunan skripsi, terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi. Tutie Intan Sari dan Sefia Eka

Saputri terima kasih telah memberikan support selama menyusun skripsi. Pertemuan singkat membuat kami jadi lebih dekat.

12. Teruntuk Muhammad Arsyah Choiruddin Putra, terima kasih selalu memberikan semangat, doa pada penulis dan selalu meyakinkan penulis bahwa mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman – teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat selama penyusunan skripsi.
14. Untuk diri sendiri, terima kasih sudah mampu untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah berjuang dan tidak pernah menyerah di tengah kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi. Semoga setiap langkah yang terlewati akan selalu membawakan hal hal dan kabar baik untuk di masa yang akan datang.
15. Terima kasih kepada responden dan semua pihak yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi pada penelitian ini.

Dengan ini, penulis ucapkan rasa syukur dan harap. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, mohon maaf atas jika ada kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Surabaya, 20 Juni 2024



Aulia Yunita Sukarno Putri

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1. Teori SOR	12
2.2.2 Teori <i>Use and Effects</i>	13
2.2.3 Terpaan Media.....	14
2.2.4 Minat Beli.....	16
2.3 Definisi Konsep	18
2.3.1 Intensitas penggunaan <i>content affiliate</i>	18

2.3.2 Minat Beli.....	18
2.4 Definisi Operasional	19
2.4.1 Intensitas penggunaan <i>content affiliate</i>	19
2.4.2 Minat Beli.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Jenis penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Pengukuran Instrumen Penelitian	25
3.4.1 Validitas Data.....	25
3.4.2 Reliabilitas Data.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.6.1. Analisa deskriptif	27
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1 Uji Normalitas	27
3.7.2 Uji Multikolinearitas	28
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.8 Uji Analisis Regresi	29
3.9 Uji Hipotesis	30
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	30
3.10 Uji Koefisien Determinasi R ²	30
3.11 Definisi Konsep	31
3.11.1 Variabel Intensitas penggunaan <i>content affiliate</i>	31

3.11.2 Variabel Minat Beli	31
3.12 Definisi Operasional	32
3.12.1 Variabel Intensitas penggunaan <i>content affiliate</i>	32
3.12.2 Variabel Minat Beli	33
BAB IV HASIL PENELITIAN	37
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	37
4.2 Pengujian Instrumen	38
4.2.1 Uji Validitas	38
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.3 Paparan Data	41
4.3.1 Karakteristik Responden	41
4.3.2 Hasil Penelitian	44
4.4 Penyajian Data (Data Statistis, Uji Statistik)	58
4.4.1 Statistik Deskriptif.....	58
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.3 Uji Regresi Linier Sederhana	63
4.4.4 Uji Hipotesis.....	64
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi R ²	65
4. 5 Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Rekomendasi.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	21
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Intensitas Penggunaan.....	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	39
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.5 Usia.....	42
Tabel 4.6 Domisi (Kota).....	42
Tabel 4.7 Data Responden Penggunaan Akses Tiktok Dalam Sehari.....	43
Tabel 4.8 Data Responden Pertanyaan 1.....	44
Tabel 4.9 Data Responden Pertanyaan 2.....	45
Tabel 4.10 Data Responden Pertanyaan 3.....	46
Tabel 4.11 Data Responden Pertanyaan 4.....	46
Tabel 4.12 Data Responden Pertanyaan 5.....	47
Tabel 4.13 Data Responden Pertanyaan 6.....	48
Tabel 4.14 Data Responden Pertanyaan 7.....	48
Tabel 4.15 Data Responden Pertanyaan 8.....	49
Tabel 4.16 Data Responden Pertanyaan 9.....	50
Tabel 4.17 Data Responden Pertanyaan 10.....	50
Tabel 4.18 Data Responden Pertanyaan 11.....	51
Tabel 4.19 Data Responden Pertanyaan 12.....	52
Tabel 4.20 Data Responden Pertanyaan 13.....	53
Tabel 4.21 Data Responden Pertanyaan 14.....	53
Tabel 4.22 Data Responden Pertanyaan 15.....	54
Tabel 4.23 Data Responden Pertanyaan 16.....	54
Tabel 4.24 Data Responden Pertanyaan 17.....	55
Tabel 4.25 Data Responden Pertanyaan 18.....	56
Tabel 4.26 Data Responden Pertanyaan 19.....	57
Tabel 4.27 Data Responden Pertanyaan 20.....	57
Tabel 4.28 Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4.29 Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.30 Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.31 Grafik Scatterplot.....	61
Tabel 4.32 Uji Heteroskedastisitas Metode Gletser.....	62
Tabel 4.33 Uji Regresi Linier Sederhana.....	63

Tabel 4.34 Uji Parsial (Uji t)	64
Tabel 4.35 Uji Koefisien Determinasi R^2	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Beranda akun TikTok The Originote.....	37
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	76
Lampiran 2 : Data Responden	80
Lampiran 3 : Tabulasi Data	88
Lampiran 4 : Uji Validitas Intensitas Penggunaan <i>Content Affiliate</i>	96
Lampiran 5 : Uji Validitas Minat Beli.....	98
Lampiran 6 : Uji Reliabilitas	101
Lampiran 7 : Statistik Deskriptif	102
Lampiran 8 : Uji Normalitas.....	102
Lampiran 9 : Uji Multikolinearitas.....	103
Lampiran 10 : Uji Heteroskedastisitas Metode Gletser.....	104
Lampiran 11 : Uji Regresi Linier Sederhana.....	104
Lampiran 12 : Uji Parsial (uji t)	105
Lampiran 13 : Uji Koefisien Determinasi	105
Lampiran 14 Kartu Bimbingan.....	106
Lampiran 15 Lembar Revisi Penguji 1.....	108
Lampiran 16 lembar Revisi Penguji 2	109
Lampiran 17 lembar Revisi Penguji 3	110
Lampiran 18 Lembar Turnitins.....	111