

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN  
*DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TIKTOK  
*SHOP***

(Survei Pada Pengguna TikTok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

**WAFA NUR IRDIYANTI**

**20210510146**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### **PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TIKTOK SHOP**

(Survei pada Pengguna TikTok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**WAFA NUR IRDIYANTI**

**20210510146**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

#### **Susunan Dewan Penguji**

Penguji I



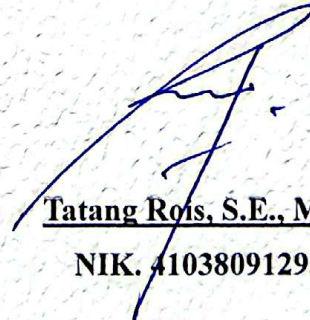
**Dr. H. Iskandar, M.M**  
**NIP. 19620508198703003**

Penguji II



**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**  
**NIK. 41038091296**

Penguji III



**Tatang Rois, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038091295**



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN  
*DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TIKTOK  
SHOP**

(Survei pada Pengguna TikTok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**Wafa Nur Irdiyanti**

**20210510146**

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, 8 Juli 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**

**NIK. 41038091296**

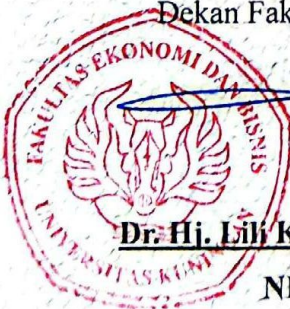
**Mieki Watulandi, S.E., M.M**

**NIK. 410111830256**

***Mengetahui,***

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



**Dr. Hj. Lilik Karmela Fitriani, S.E., M.Si**

**NIK. 41038971054**

**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**

**NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tiktok Shop (Survei Pada Pengguna Tiktok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 28 Juli 2025

Penulis,



**WAFA NUR IRDIYANTI**

**20210510146**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTO**

*Mulailah dari tempat mu berada, gunakan apa yang kau punya, lakukan yang kau bisa. Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*

*(Q.S. Al Insyirah:6)*

### **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini dengan tulus saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi sumber doa, semangat, dan kasih sayang tanpa batas, kepada kakak saya yang senantiasa memberikan dukungan dan inspirasi, serta untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas setiap langkah perjuangan dan proses yang telah dilalui.*

## ABSTRAK

**Wafa Nur Irdiyanti (20210510146) “Pengaruh *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop (Survei Pada Pengguna TikTok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh Pembimbing I : Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. dan Pembimbing II : Micki Watulandi, S.E., M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* terhadap Minat Beli konsumen pada TikTok. Sampel dalam penelitian ini adalah generasi z yang menggunakan TikTok di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang didapat diolah dengan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil uji F menunjukkan bahwa : *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada Minat Beli konsumen TikTok Shop di Kabupaten Kuningan. Hasil uji t menunjukkan bahwa : *Affiliate Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, *Discount* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

**Kata Kunci : *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, *Discount*, Minat Beli**

## ABSTRACT

**Wafa Nur Irdiyanti (20210510146) *"The Influence of Affiliate Marketing, Product Quality, and Discounts on Consumer Purchase Intention on TikTok Shop (A Survey of TikTok Users Among Generation Z in Kuningan Regency)" Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan. Supervised by Advisor I: Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. and Advisor II: Micki Watulandi, S.E., M.M.***

*This study aimed to determine the influence of Affiliate Marketing, Product Quality, and Discounts on consumer Purchase Intention on TikTok. The sample in this study consisted of Generation Z users of TikTok in Kuningan Regency. The research method used was quantitative, using a questionnaire distributed via Google Forms. The total sample size was 105 respondents. The data collection technique used was a questionnaire, and measurements were conducted using an interval scale. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. Hypothesis testing was conducted using descriptive analysis techniques. The results of the F-test showed that Affiliate Marketing, Product Quality, and Discounts simultaneously had a significant influence on consumer Purchase Intention on TikTok Shop in Kuningan Regency. The results of the t-test showed that Affiliate Marketing had a significant influence on Purchase Intention, Product Quality did not have a significant influence on Purchase Intention, and Discounts had a significant influence on Purchase Intention.*

**Keywords:** *Affiliate Marketing, Product Quality, Discounts, Purchase Intention*



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Dengan mengucap puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, taufik dan kekuatan, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tiktok Shop (Survei Pada Pengguna TikTok di Kalangan Generasi Z Kabupaten Kuningan)”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis.

Kuningan, Januari 2025

Penulis,

**Wafa Nur Irdiyanti**

**20210510146**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Affiliate Marketing*, Kualitas Produk, dan *Discount* Terhadap Minat Beli Konsumen TikTok Shop (Survei pada pengguna TikTok di kalangan generasi Z Kabupaten Kuningan)”

Selama proses penyusunan ini penulis telah banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku pembimbing I sekaligus Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk, dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Micki Watulandi, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk, dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan saya cintai, Bapak Handi Sunandi S.Sos dan Ibu Irna Winaningsih yang senantiasa memberikan segala bentuk bantuan baik berupa moril maupun materil yang tak ternilai harganya. Serta senantiasa mendoakan dan mendukung penulis dalam setiap langkah. Tanpa kasih sayang, kesabaran, serta pengorbanan yang beliau berikan, penulis tidak akan mampu mencapai hingga tahap ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan Bapak dan Ibu dengan kesehatan, dan kebahagiaan yang tiada henti.
4. Kaka laki-laki saya, Muhamad Ilham Haya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta menjadi teladan dalam ketekunan dan tanggung jawab. Terima kasih atas perhatian dan motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Prof. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
6. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan
7. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd. M.M selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan dukungan serta nasihat yang sangat berarti selama masa studi penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Kuningan.
9. Kepada sahabat-sahabatku, Fidia Pebriani, Vahra Yustiaraningsih, Infah Syifa'ul Lail, Lala Fitria Najihah, Fadhilah, Halida Rohmatul Jannah yang telah memberikan dukungan moral, semangat, serta kebersamaan yang sangat berarti selama proses belajar di kampus Universitas Kuningan. Terima kasih atas waktu, tawa, serta kebersamaan yang telah menjadi penguat dalam melewati masa-masa sulit.
10. Kepada sahabat-sahabat SMA saya, Irma Nirmalasari, Feyza Marcella Ghassania, Lidayani, Ghina Nurin Adillah yang selalu memberikan semangat, doa, serta mendukung penulis hingga saat ini.
11. Kepada Alike Violanda Vaudia yang selalu kebersamai penulis dalam berlangsungnya proses bimbingan skripsi selama ini
12. Kepada reka-rekan seperjuangan, Manajemen A. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat yang telah terjalin selama masa perkuliahan.
13. Terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri. Terimakasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini hingga akhir. Berbahagialah. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah dimana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Semoga setiap langkahmu senantiasa diberkahi dan dipenuhi dengan kebaikan.

## DAFTAR ISI

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| LEMBAR PENGESAHAN                                      |           |
| LEMBAR PERSETUJUAN                                     |           |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN                                   |           |
| PERNYATAAN OTENTISITAS                                 |           |
| ABSTRAK .....                                          | i         |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                  | <i>ii</i> |
| KATA PENGANTAR .....                                   | iii       |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                              | iv        |
| DAFTAR ISI .....                                       | vi        |
| DAFTAR TABEL .....                                     | ix        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | x         |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                  | xi        |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                | 1         |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                       | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                              | 14        |
| 1.3 Tujuan .....                                       | 14        |
| 1.4 Manfaat .....                                      | 14        |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                           | 15        |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                            | 15        |
| BAB II .....                                           | 16        |
| LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS ..... | 16        |
| 2.1 Landasan Teori .....                               | 16        |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen .....                          | 16        |
| 2.1.2 Minat Beli .....                                 | 17        |
| 2.1.3 <i>Affiliate Marketing</i> .....                 | 26        |
| 2.1.4 Kualitas Produk .....                            | 30        |
| 2.1.5 <i>Discount</i> .....                            | 39        |
| 2.1.6 Hubungan Antara Variabel.....                    | 46        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                         | 49        |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.3 Kerangka Berfikir .....                         | 61        |
| 2.4 Hipotesis .....                                 | 63        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>62</b> |
| 3.1 Metode Penelitian .....                         | 64        |
| 3.2 Operasional Variabel .....                      | 65        |
| 3.2.1 Variabel Bebas (Independen).....              | 65        |
| 3.2.2 Variabel Terikat (Dependen).....              | 65        |
| 3.2.3 Operasional Variabel .....                    | 65        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                       | 68        |
| 3.3.1 Populasi .....                                | 68        |
| 3.3.2 Sampel .....                                  | 68        |
| 3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....          | 69        |
| 3.4.1 Jenis Data .....                              | 69        |
| 3.4.2 Sumber Data .....                             | 69        |
| 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....                 | 70        |
| 3.5 Uji Instrumen .....                             | 71        |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                           | 71        |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....                        | 74        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                      | 76        |
| 3.7 Analisis Deskriptif .....                       | 76        |
| 3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....                       | 78        |
| 3.7.2 Analisis Statistik dan Uji Hipotesis .....    | 80        |
| 3.7.3 Uji Persamaan Regresi .....                   | 81        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>83</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                          | 83        |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....               | 83        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden.....                  | 84        |
| 4.2 Metode Analisis Data .....                      | 88        |
| 4.3 Uji Asumsi Klasik .....                         | 97        |



|                                                                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.4 Analisis Statistik dan Uji Hipotesis .....                                                                | 104        |
| 4.5 Uji Persamaan Regresi .....                                                                               | 105        |
| 4.6 Pembahasan .....                                                                                          | 109        |
| 4.6.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> , Kualitas Produk, dan <i>Discount</i><br>Terhadap Minat Beli ..... | 109        |
| 4.6.2 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> Terhadap Minat Beli .....                                           | 111        |
| 4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....                                                      | 113        |
| 4.6.4 Pengaruh <i>Discount</i> Terhadap Minat Beli .....                                                      | 114        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                       | <b>117</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                          | 117        |
| 5.2 Saran .....                                                                                               | 117        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                   | <b>120</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                                      |            |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                          |            |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1 Jumlah Generasi Z di Kabupaten Kuningan .....                        | 4   |
| Tabel 1.2 Data Pra-survey .....                                                | 7   |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                           | 49  |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel dan Pengukurannya .....                    | 65  |
| Tabel 3.2 Rentang Nilai Skor Angket .....                                      | 70  |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>Affiliate Marketing</i> (X1) .....         | 71  |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....                    | 72  |
| Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel <i>Discount</i> (X3).....                     | 73  |
| Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....                           | 74  |
| Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Angket .....                                        | 75  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....              | 85  |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                        | 85  |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....                 | 86  |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....                   | 87  |
| Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Affiliate Marketing</i> (X1) .....            | 88  |
| Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2) .....                       | 90  |
| Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Discount</i> (X3) .....                       | 93  |
| Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y) .....                             | 95  |
| Tabel 4.9 Uji Normalitas .....                                                 | 98  |
| Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas .....                                         | 99  |
| Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas .....                                       | 100 |
| Tabel 4.12 Uji Linieritas <i>Affiliate Marketing</i> Terhadap Minat Beli ..... | 102 |
| Tabel 4.13 Uji Linieritas Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....            | 102 |
| Tabel 4.14 Uji Linieritas <i>Discount</i> Terhadap Minat Beli .....            | 103 |
| Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....                   | 104 |
| Tabel 4.16 Uji F (Simultan) .....                                              | 105 |
| Tabel 4.17 Uji Persamaan Regresi .....                                         | 106 |
| Tabel 4.18 Uji T (Parsial).....                                                | 108 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1.1 Jumlah Perkembangan Pengguna Internet Global .....              | 1   |
| Gambar 1.2 Jumlah Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia .....        | 2   |
| Gambar 1.3 Toko Online yang Sering Digunakan Tahun 2023 .....              | 6   |
| Gambar 1.4 <i>E-Commerce</i> dan Pengalaman Belanja Paling Memuaskan ..... | 9   |
| Gambar 2.1 Paradigma Berfikir .....                                        | 63  |
| Gambar 4.1 Logo TikTok Shop .....                                          | 83  |
| Gambar 4.2 Daerah Kriterium <i>Affiliate Marketing</i> (X1) .....          | 90  |
| Gambar 4.3 Daerah Kriterium Kualitas Produk (X2) .....                     | 92  |
| Gambar 4.4 Daerah Kriterium <i>Discount</i> (X3).....                      | 95  |
| Gambar 4.5 Daerah Kriterium Minat Beli (Y) .....                           | 97  |
| Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas .....                                   | 101 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan  
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Pengantar Kuesioner  
Identitas Responden  
Petunjuk Pengisian  
Kuesioner  
Google Form
- Lampiran III : Data Identitas Responden  
Data Hasil Perhitungan Kuesioner  
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 26
- Lampiran V : Tabel F (taraf signifikansi 0,05)  
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup