

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *LIVE STREAMING* DAN
PROGRAM GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP *IMPULSIVE BUYING***

(Survei pada Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

BAYU SAMUDRA

20210510252



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *LIVE STREAMING* DAN
PROGRAM GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP *IMPULSIVE BUYING***
(Survei Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

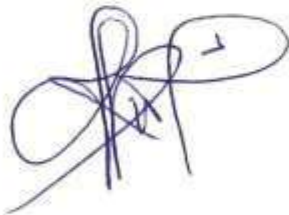
BAYU SAMUDRA

20210510252

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 12 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,



Wachjuni, SE., M.M
NIK. 410106710221

Penguji II,



Wely Hadi Gunawan, SE., M.M
NIK. 410106910232

Penguji III,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *LIVE STREAMING* DAN
PROGRAM GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
(Survei Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan)**

Disusun Oleh:

BAYU SAMUDRA

20210510252

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si

NIK. 41038971055

Dosen Pembimbing II



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

NIK. 410106910232

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. H. Lili Karmela F, S.E., M.Si.

NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



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

NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Affiliate Marketing, Live Streaming Dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap Impulsive Buying***” 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, Juni 2025

Yang membuat Pernyataan



Bayu Samudra

NIM. 20210510252

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Dont Just Dream But Make It Happen”

Jangan Hanya Mimpi Tetatpi Mewujudkanya

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk diriku sendiri, untuk almarhum bapak, ibuku dan mimih beserta keluarga besarku.

ABSTRAK

Bayu Samudra (20210510252) “Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Live Streaming*, Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap *Impulsive Buying* (Survei Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan)” Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing Oleh Pembimbing I : Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si Dan Pembimbing Ii : Wely Hadi Gunawan, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *affiliate marketing*, *live streaming*, dan program gratis ongkos kirim terhadap *impulsive buying*. Sampel dalam penelitian ini adalah Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner melalui *googleform*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang didapat diolah dengan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Statistic. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknis analisis deskriptif verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (H1) variabel *affiliate marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*, (H2) variabel *live streaming* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*, (H3) variabel program gratis ongkos kirim berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*, (H4) variabel *affiliate marketing*, *live streaming*, dan program gratis ongkos kirim berpengaruh secara simultan terhadap *impulsive buying*.

Kata Kunci : *Affiliate Marketing*, *Live Streaming*, Dan Program Gratis Ongkos Kirim, *Impulsive Buying*

ABSTRACT

Bayu Samudra (20210510252) “The Effect Of Affiliate Marketing, Live Streaming, Free Shipping Program On Impulsive Buying (Survey Of Tiktok Shop Users In Generation Z In Kuningan Regency)” Management Study Program. Faculty Of Economics And Business, Kuningan University. Supervised By Supervisor I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si And Supervisor Ii: Wely Hadi Gunawan, S.E, M.M.

The aim of this study was to determine the effect of affiliate marketing, live streaming, free shipping program on impulsive buying. this type of research was quantitative research. the population in this study were Tiktok Shop Users in Generation Z in Kuningan Regency with the lemeshow sampling method so that a sample of 100 respondents was obtained. The sample technique used non probability sampling. the data collection technique used a questionnaire technique. the questionnaire scale used is an interval scale of 1-7. data analysis used multiple linear regression analysis assisted by the spss 26 application. the results of this study indicate that: (H1) affiliate marketing variables have a significant positive effect on impulsive purchases, (H2) live streaming variables have a significant positive effect on impulsive purchases, (H3) free shipping program variables have a significant positive effect on impulsive purchases, (H4) affiliate marketing variables, live streaming, and shipping programs have a simultaneous effect on impulsive purchases

Keywords: Affiliate Marketing, Live Streaming, And Free Shipping Programs, Impulsive Purchases

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati kami panjatkan syukur kehadiran illahi rabbi yang telah melimpahkan Taufik dan Hidayah-Nya yang tidak pernah putus dalam setiap kesempatan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Seminar Hasil Penelitian ini.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat rahmat kesehatan dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas seminar hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming Dan Program Gratis Ongkos Kirim Pada Aplikasi Tiktok Shop (Survei pada Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Kabupaten Kuningan)”

Saya menyadari dengan segala keterbatasan yang dimiliki menyebabkan penyusunan proposal penelitian ini kurang sempurna tetapi walaupun dengan demikian tidak mengurangi maksud yang ingin di sampaikan. Untuk itu, saya mohon saran atau juga masukan yang akan membantu dalam bekal ilmu pengetahuan, agar dapat memperbaiki kekurangan – kekurangan, sehingga untuk pemuatan laporan selanjutnya dapat lebih baik. Mudah-mudahan laporan ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kuningan, Juni 2025

BAYU SAMUDRA

20210510252

UCAPAN TERMAKASIH

Pada kesempatan ini ijinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam terselesaikannya skripsi ini.

Ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tersayang (Alm. Bapak Suryadi dan Ibu Tati dan Mimih Siti) yang telah memberikan do'a perhatian serta semangat yang penuh kesabaran kepada penulis selama menjalani Pendidikan di Universitas Kuningan.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
3. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Kuningan
7. Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Teman seperjuangan skripsiku yang mau membersamai Alhamdulillah, Dila Seliana , Findi Herpandi, Ifan, Ananda Rama yang mau membersamai proses perjuangan skripsi
9. Teman bimbingan fitri, wina, ifan dan rama yang selalu membersamai proses saat bimbingan skripsi
10. Temen temen wacana bukberku yang selalu membersamai dan saling support satu sama lain kepada Teh Nia Damayanti, Dila Seliana dan Kelvin Vanessa Azhari
11. Terimakasih keluarga besar kelas manajemen 4C
12. Terimakasih kepada keluarga besar Uniku Business Community

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERMAKASIH iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1

12.1 Latar Belakang 1

12.2 Rumusan Masalah 8

12.3 Tujuan Penelitian 8

12.4 Manfaat Penelitian 9

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Pengertian Pemasaran 11

2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen 12

2.1.3 *Impulsive Buying* 14

2.1.3.1 Pengertian Impulsive Buying 14

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive Buying 15

2.1.3.3 Dimensi Impulsive Buying 16

2.1.3.4 Indikator Impulsive Buying	17
2.1.4 <i>Affiliate Marketing</i>	18
2.1.4.1 Pengertian Affiliate Marketing	18
2.1.4.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Affiliate Marketing	20
2.1.4.3 Dimensi Affiliate Marketing	21
2.1.4.4 Indikator Affiliate Marketing	22
2.1.5 <i>Live Streaming</i>	23
2.1.5.1 Pengertian Live Streaming	23
2.1.5.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Live Streaming	25
2.1.5.3 Dimensi Live Streaming	26
2.1.5.4 Indikator Live Streaming	26
2.1.6 Program Gratis Ongkos Kirim.....	28
2.1.6.1 Pengertian Program Gratis Ongkos Kirim.....	28
2.1.6.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Program Gratis Ongkos Kirim.....	29
2.1.6.3 Dimensi Program Gratis Ongkos Kirim	30
2.1.6.4 Indikator Program Gratis Ongkos Kirim	31
2.1.7 Penelitian Terdahulu	33
2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	39
2.2 Kerangka berpikir	43
2.3 Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN..... 47

3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Oprasionalisasi Variabel	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel	50
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51

3.4.1 Data.....	51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5 Uji Instrumen.....	52
3.5.1 Uji Validitas.....	52
a. Uji Validitas Variabel Affiliate Marketing (X1).....	53
b. Uji Validitas Variabel Live Streaming (X2).....	54
c. Uji Validitas Variabel Program Gratis Ongkos Kirim (X3)	54
d. Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y).....	55
3.5.2 Uji Reliabilitas	56
3.6 Teknis Analisis Data	58
3.6.1 Analisis Deskriptif	58
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.2.1 Uji Normalitas	60
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	60
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	62
3.6.5 Uji Hipotesis	62
3.6.5.1 Uji F (Uji Simultan).....	62
3.6.5.2 Uji T (Uji Parsial)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	65
4.1.1.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan.....	65
4.1.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	66
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	66
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67

4.1.3	Analisis Deskriptif.....	69
a.	Analisis Deskriptif <i>Affiliate Marketing</i> (X1)	69
b.	Analisis Deskriptif <i>Live Streaming</i> (X2).....	71
c.	Analisis Deskriptif Program Gratis Ongkos Kirim (X3).....	73
d.	Analisis Deskriptif <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	75
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	76
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	76
4.1.4.2	Uji Multikolinearitas	77
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas	78
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda	79
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi (R²)	80
4.1.7	Uji Hipotesis	81
4.1.7.1	Uji F (Simultan).....	81
4.1.7.2	Uji T (Parsial).....	81
4.2	Pembahasan	82
4.2.1	Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> , <i>Live Streaming</i> Dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	82
4.2.3	Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	84
4.2.4	Pengaruh Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN – LAMPIRAN		99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		131

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Observasi Terhadap Responden	5
Tabel 1. 2 Tabel Research Gap	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Tabel Oprasional Variabel	48
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Live Streaming (X2).....	54
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Program Gratis Ongkos Kirim.....	55
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Impulsive Buying	56
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Data Rata-Rata Variabel Affiliate marketing (X1).....	69
Tabel 4. 5 Data Rata-rata Variabel Live Streaming X2	71
Tabel 4. 6 Data Rata-rata Variabel Program Gratis Ongkir (X3).....	73
Tabel 4. 7 Data Rata-rata Variabel Impulsive Buying (Y).....	75
Tabel 4. 8 Uji Normalitas	77
Tabel 4. 9 Uji Multikolineritas.....	78
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas	78
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi R^2	80
Tabel 4. 13 Uji F (Simultan).....	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji T (Parsial).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Tiktok Di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	44
Gambar 4. 1 Logo Tiktok	65
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Affiliate Marketing (X1).....	70
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Live streaming (X2).....	72
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Program Gratis Ongkir (X3).....	74
Gambar 4. 5 Deskriptif Variabel Impulsive Buying (Y).....	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I :

Surat Pengantar Bimbingan Skripsi

Bertita Acara Bimbingan Skripsi

Surat Penyebaran Kuesioner

LAMPIRAN II :

Penyebaran Kuesioner Melalui *Googleform*

Hasil Jawaban Responden

LAMPIRAN III :

Analisis SPSS Statistic

LAMPIRAN IV :

Daftar Riwayat Hidup