

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Survey Pada Pengguna MS Glow di Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

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

Oleh

AMALIA KHAIRIANI

NIM. 20200510359



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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MS GLOW PADA *MARKETPLACE SHOPEE***

(Survei pada Pengguna Ms Glow di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

AMALIA KHAIRANI

NIM. 20200510359

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

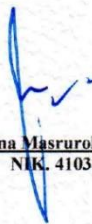
Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Penguji II,



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

Penguji III,



Dr. Nedi Satria Pradja, S.E., M.Pd
NIK. 41038072262

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MS GLOW PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

(Survei pada Pengguna Ms Glow di Kabupaten Kuningan)

• Disusun Oleh :

AMALIA KHAIRIANI

NIM. 20200510359

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 21 Juni 2024

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. Disman, M.S
NIP. 195902091984121001



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. H. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

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

MOTTO

Kurangi mengeluh. Nikmati saja lelahmu dengan banyak bersyukur, meski hati dan jiwamu meminta untuk menyerah saja. Karena sesuatu yang indah itu hadir setelah adanya perjuangan.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya selesaikan sebagai persembahan untuk :

Sang Maha Segala, Allah SWT

Kedua Orang Tua Tercinta

Seluruh Keluarga Besar

Sahabat-sahabatku Terkasih

Almamater Tercinta, Universitas Kuningan

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Khairiani

NIM : 20200510359

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada *Marketplace* Shopee (Survey kepada pengguna MS glow di Kabupaten Kuningan)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar karya sendiri dan bukan duplikasi atau karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan karya dalam penulisan skripsi ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Kuningan,

Yang membuat pernyataan



AMALIA KHAIRIANI

NIM. 20200510359

ABSTRAK

Amalia Khairiani. 20200510359. Dibimbing oleh : Prof. Dr. Disman, M.s dan Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy. Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada *Marketplace* Shopee (Survey kepada pengguna produk Ms Glow di Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *affiliate marketing* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow pada *marketplace* shopee (survey kepada pengguna produk ms glow di kabupaten Kuningan). Penelitian ini terdiri dari dua variable *independen* yaitu *affiliate marketing* dan *online customer review* dan satu variable *dependen* yaitu Keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 130 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 linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Ver. 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (H1) Variabel *affiliate marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (H2) Variabel *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata kunci : *Affiliate marketing*, *online customer review*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Amalia Khairiani. 20200510359. Mentored by: Prof. Dr. Disman, M.s and Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy. The Influence of Affiliate Marketing and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions for Ms Glow Products on the Shopee Marketplace (Survey of Ms Glow product users in Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. 2024.

This study aims to determine how much influence affiliate marketing and online customer reviews have on purchasing decisions for Ms Glow products on the shopee marketplace (survey of ms glow product users in Kuningan district). This study consists of two independent variables, namely affiliate marketing and online customer review and one dependent variable, namely purchasing decisions. The research method used is descriptive quantitative. The total number of samples in this study were 130 respondents. The data collection technique that the authors used in this study was a questionnaire and the measurement used an interval scale, the data obtained was processed by the multiple linear regression analysis method with the help of the SPSS Ver. 26. The results showed that: (H1) Affiliate marketing variables have a positive and significant effect on purchasing decisions (H2) Online customer review variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Affiliate marketing, online customer review, purchase decision purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MS GLOW PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (Survey Pada Pengguna Ms Glow di Kabupaten Kuningan)”** penelitian ini penulis susun untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Kemudian dengan segala hormat serta rasa syukur, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung serta memfasilitasi penulis selama penyusunan skripsi ini. Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal kebaikan serta keberkahan.

Kuningan,

Penulis

AMALIA KHAIRIANI

NIM.20200510359

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, karena kehendak dan ridha-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa do'a, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Adapun dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, pertolongan, kesehatan dan segala yang sudah diberikan dengan cuma-cuma pada penulis dari lahir hingga saat ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Ewo Ruswa dan Ibu Wartini yang penuh perhatian dan kesabaran lahir batin membantu dan memotivasi penulis, kasih sayang dan do'a yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Adikku Adlia Maulidiani dan Faiz Faizal Falah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini.
4. Bapak Prof. Dr. Disman, M.S selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku pembimbing II, yang telah membimbing secara terus menerus dan tidak mengenal lelah serta penuh kesabaran dalam memberikan arahan, saran-saran yang berharga sehingga terwujud skripsi ini.
6. Bapak Yasir Maulana S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing akademik.
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Kuningan.
8. Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.
9. Dr. Dikdik Harjadi, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
10. Segenap Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

11. Saudari grup kelompok Para Wanita, Ade Lia, Suci, Wina yang selalu support dalam proses skripsi ini
12. Teman kerja ku selama di RS, Selsa Rahma terimakasih telah membantu dalam segi inventaris di proses skripsi ini.
13. Teman kecilku Namira dan Amel, terimakasih telah membantu dalam segi financial dan support.
14. Keluarga Manajemen XII Reguler Sore 2020 yang sama-sama berjuang dan saling membantu dari pertama masuk Universitas Kuningan hingga akhir pembuatan skripsi.
15. Mutia Handayani dan Reva Triana Permana yang telah membantu dan memberikan semangat, motivasi serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Seluruh teman dan sahabat yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu dan semua pihak yang terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan. Terima kasih telah menemani penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Kuningan,

Penulis,

Amalia Khairiani

NIM. 20200510359

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis :	8
1.4.2 Manfaat Praktis :	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 <i>Affiliate Marketing</i>	17
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	19
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Berfikir.....	30
2.3 Hipotesis	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Operasional Variabel	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	47
4.1.3 Analisis Deskriptif	50
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.5 Uji Regresi Berganda	59
4.1.6 Koefisien Determinasi.....	61
4.1.7 Uji Hipotesis	61
4.2 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Ms Glow di Shopee (2020-2022)	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skor Skala Interval.....	38
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Affiliate Marketing (X1)	39
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Online Customer Review (X2)	40
Tabel 3.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolineritas.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kategori Kecantikan di <i>e-commerce</i> Shopee	2
Gambar 1.2 Data penjualan perawatan wajah terlaris di Shopee (2022)	3
Gambar 1.3 Hasil pra survey persentase pengguna produk Ms Glow di Kabupaten Kuningan.....	7
Gambar 1.4 Hasil pra survey persentase pembelian produk Ms Glow pada <i>e-commerce</i> di Kabupaten Kuningan.....	7
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.4 Gambaran Kategori Variabel Affiliate Marketing (X1).....	52
Gambar 4.5 Gambaran Kategori Variabel Online Customer Review (X2).....	54
Gambar 4.6 Gambaran Kategori Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Gambar 4.7 Hasil Uji Hetersokedastisitas	59