



**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* TIKTOK SHOP DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI
SKINCARE LOKAL SOMETHINC PADA GENERASIMILENIAL
DI JAKARTA**

SKRIPSI

UNIVERSITAS
RIYAN ROSTYANA

46119010030

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023



**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING* TIKTOK SHOP DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI
SKINCARE LOKAL SOMETHINC PADA GENERASIMILENIAL
DI JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
(S1)**

RIYAN ROSTYANA

46119010030

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa semua pernyataan dalam penelitian untuk memenuhi Tugas Akhir ini :

Nama :Riyan Rostyana
NIM :46119010030
Program Studi :Psikologi
Judul :Pengaruh *Affiliate Marketing* Tiktok Shop dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Skincare Lokal Somethinc pada Generasi Milenial di Jakarta.

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2023



(Riyan Rostyana)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Riyan Rostyana
NIM : 46119010030
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Affiliate Marketing Tiktok Shop dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Somethinc pada Generasi Milenial di Jakarta,

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi., Psikolog (*Irfan aulia*)
NIDN : 0330058304

Ketua Penguji : Dina Syakina, S.Si., M.Si. (*Dina Syakina*)
NIDN : 0306099001

Penguji I : Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D. (*Laila Meiliyandrie Indah Wardani*)
NIDN : 0316058002

Jakarta, 21 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi Psikologi

Laila Meiliyandrie Indah Wardani
Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D.

Karisma Riskinanti
Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatnya dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Psikologi di Universitas Mercubuana. Penulis menyadari bahwa berbagai kesulitan dan rintangan dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat dilewati tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Yenny, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Kharisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog selaku Kepala Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr Irfan Aulia Syaiful, M.Psi., Psikolog selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan masukan sehingga dapat selesai dengan baik dan selalu membimbing dengan sabar serta selalu memberikan dukungan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
6. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D dan ibu Dina Syakinah, M.Si Yang telah menjadi penguji dalam sidang tugas akhir penulis.
7. Ibu Dr. Irma Himmatul Alliyah, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang sudah memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan tugas akhir ini.

9. Papih Rosad dan Mamih Nina Fermina, selaku kedua orang tua penulis. Terimakasih atas doa, kasih sayang, dukungan batin, materi dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah Papih dan Mamih berikan selama ini kepada Riyan hingga bisa mencapai titik ini, semoga Papih dan Mamih selalu sehat, bahagia dan semua berkah yang diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT dengan cara sebaik-baiknya.
10. Adik, dan kaka penulis, Fina, teh Uke, aa Iqbal, teh Riva, aa pungki. Terimakasih atas canda dan tawa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan hingga saat ini, semoga kalian juga selalu diberikan kebahagiaan dan kesuksesan dalam kehidupan.
11. Nanda Ayu Putri selaku teman seperbimbingan terimakasih karena telah banyak membantu, memberikan dukungan, canda dan tawa sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir,
12. Para sahabat-sahabat seperjuangan penulis sejak maba Muhammad Ribbi Hasan S.Psi, Syifa Camelia S.Psi, Kyrei Vixy Chika Dimarsha S.Psi, Marcella Vienna Apriza S.Psi, dan Annisa Alfara Rahma Sari S.Psi. Terimakasih telah menjadi penghibur, pendengar yang baik, dan selalu memberikan moral dan bantuan untuk penulis selama menjalani sulitnya masa perkuliahan. Semoga kita selalu diberikan kesuksesan dalam kehidupan pasca kuliah.
13. Rekan-rekan SEMNAS 2020, ka Zahra, bang Fathur, ka Indira, ka setia yang telah membuat masa perkuliahan penulis lebih indah dan menyenangkan. Terimakasih telah memberikan kesan dan pengalaman terbaik untuk penulis dalam kegiatan non akademis selama masa perkuliahan di Universitas Mercubuana.
14. Muhamad Ibnu Syahdan terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari-cari. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik, waktu, tenaga, pikiran, materi maupun moril, serta senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis, menjadi *support system* dengan selalu menghibur dan memberikan semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal.
15. Serta seluruh pihak yang terlibat khususnya Komunitas pecinta *Skincare*

Someone yang sudah baik hati membantu dalam penyebaran dan pengisian kuesioner penelitian ini.

16. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri karena tidak menyerah dan tetap berjuang dalam keadaan apapun. Terima kasih sudah berusaha keras sekuat tenaga dan tetap sabar dalam menghadapi banyaknya rintangan dan cobaan. Terima kasih sudah tetap kuat dan bertahan sampai saat ini. *You made it to the finish line!*

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan cara sebaik-baiknya. Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua terutama bagi pembaca yang tertarik pada penelitian ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam- dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Jakarta,2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Riyan Rostyana)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSTUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas Akademik universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

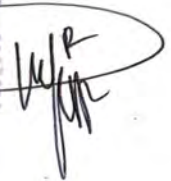
Nama : Riyan Rostyana
NIM : 46119010030
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing* TikTok Shop dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Somethinc Pada Generasi Milenial Di Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawal, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Yang menyatakan,



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSTUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN TEORITIS	8
2.1 <i>Affiliate Marketing</i>	8
2.1.1 Pengertian <i>Affiliate Marketing</i>	8
2.1.2 Pihak yang terlibat dalam <i>Affiliate</i>	9
2.1.3 Konsep Pemasaran <i>Affiliate</i>	9
2.1.4 Sistem Komisi pada <i>Affiliate Marketing</i>	10
2.1.5 Kelebihan <i>Affiliate Marketing</i>	11
2.1.6 Kekurangan <i>Affiliate Marketing</i>	12
2.1.7 Indikator dalam <i>Affiliate Marketing</i>	12

2.2	TikTok.....	13
2.2.1	Definisi TikTok	13
2.2.2	TikTok Shop.....	13
2.2.3	Fitur dalam TikTok Shop	14
2.2.4	Somehinc Skincare.....	15
2.3	<i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.3.1	Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.3.2	Faktor – Faktor dalam <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.3.3	Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.4	Minat Beli	17
2.4.1	Definisi Minat Beli.....	17
2.4.2	Indikator Minat Beli	17
2.4.3	Faktor- Faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....	18
2.5	Generasi Milenial.....	18
2.5.1	Definisi Generasi Milenial	18
2.5.2	Karakteristik Generasi Milenial	19
2.5.1	Umur Generasi Milenial.....	20
2.6	Penelitian Terdahulu	21
2.7	Dinamika Penelitian.....	25
2.8	Kerangka Berfikir	26
2.9	Hipotesis Penelitian	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Variabel Penelitian.....	28
3.2.1	Independen Variabel <i>Affiliate Marketing</i>	28
3.2.1.1	Definisi Oprasional.....	28
3.2.2	Independen Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	28
3.2.2.1	Definisi Oprasional.....	28
3.2.3	Dependen Variabel Minat Beli.....	29
3.3	Populasi, Sample, dan Teknik Sampling	29
3.3.1	Populasi Penelitian	29

3.3.2 Sampel Penelitian.....	29
3.3.3 Teknik Sampling	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Skala Ukur Affiliate Marketing.....	30
3.4.2 Skala Ukur Electronic Word of Mouth	31
3.4.3 Skala Ukur Minat Beli.....	32
3.5 Instrumen Penelitian	32
3.6 Metode Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.3.1 Uji Normalitas	33
3.6.3.2 Uji Multikoleniaritas	33
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.6.4 Uji Hipotesis.....	34
3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Subjek.....	35
4.1.1 Tahun Kelahiran.....	35
4.1.2 Jenis Kelamin	36
4.1.3 Domisili/Tempat Tinggal	36
4.2 Hasil Analisa Deskriptif.....	37
4.3 Kategorisasi Skor Variabel Penelitian	37
4.3.1 Kategorisasi Empirik.....	37
4.3.2 Hasil Kategorisasi Uji Hipotetik	39
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.4.1 Uji Validitas	40
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.4.2.1 Uji Reliabilitas <i>Affiliate Marketing</i>	40
4.4.2.2 Uji Reliabilitas Electronic Word of Mouth	41
4.4.2.3 Uji Reliabilitas Minat Beli.....	41

4.5 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.5.1 Uji Normalitas	42
4.5.2 Uji Multikolinearitas	42
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	44
4.6.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	44
4.6.2 Uji T (Parsial).....	46
4.6.3 Uji F (Simultan)	47
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	48
4.7 Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Keterbatasan.....	53
5.3 Kelebihan	54
5.4 Saran	54
5.4.1 Saran Teoritis	54
5.4.2 Saran Praktis.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Periode Kelahiran Generasi Milenial Menurut Para Ahli.....	20
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Blue Print <i>Affiliate Marketing</i>	30
Tabel 3. 2 Skala <i>Electronic Word Of Mouth</i>	31
Tabel 3. 3 Blue Print Minat Beli	32
Tabel 3. 4 Skala Likert	32
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Subjek.....	35
Tabel 4. 2 Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 3 Distribusi Berdasarkan Domisili/ Tempat Tinggal	36
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif.....	37
Tabel 4. 5 Distribusi Kategorisasi Empirik <i>Affiliate Marketing</i>	37
Tabel 4. 6 Distribusi Kategorisasi Empirik <i>Electronic Word of Mouth</i>	38
Tabel 4.7 Distribusi Kategorisasi Empirik Minat Beli.....	38
Tabel 4. 8 Distribusi Kategorisasi Hipotetik <i>Affiliate Marketing</i>	39
Tabel 4. 9 Distribusi Kategorisasi Hipotetik <i>Electronic Word of Mouth</i>	39
Tabel 4. 10 Distribusi Kategorisasi Hipotetik Minat Beli.....	39
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas <i>Affiliate Marketing</i>	40
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas <i>Electronic Word of Mouth</i>	41
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Minat Beli	41
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Parsial)	46
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Simultan).....	47
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Output Validitas <i>Affiliate Marketing</i>	61
Lampiran 2 Output Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i>	64
Lampiran 3 Output Validitas Minat Beli	65
Lampiran 4 Output Reliabilitas <i>Affiliate Marketing</i>	67
Lampiran 5 Output Reliabilitas <i>Electronic Word of Mouth</i>	68
Lampiran 6 Output Lampiran Reliabilitas Minat Beli	68
Lampiran 7 Output Kategorisasi	69
Lampiran 8 Output Uji Normalitas	71
Lampiran 9 Output uji Multikolinearitas	72
Lampiran 10 Output Uji Heteroskedastisitas	73
Lampiran 11 Output Uji CFA	73
Lampiran 12 Output Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Lampiran 13 Output Kuisisioner Penelitian	76

