

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DENGAN METODE AFFILIATE  
MARKETING PRODUK SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Sarjana S1 Program Studi

Manajemen



Oleh :

Selviana Praseno Putri

182304030

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DENGAN METODE AFFILIATE  
MARKETING PRODUK SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA)**

Diajukan Oleh :

**Selviana Praseno Putri**

182304030

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Pengaji dan dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Hari / Tanggal : Jumat, 12 Agustus 2022

Mengesahkan;

Ketua Pengaji,

**Edhy Tri Cahyoho, S.Si., M.M.**  
NIDN 0502026902

Pembimbing,

**Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.**  
NIDN 0519029002

Anggota Pengaji 1,

**Megawati Syahnil, S.E., MBA.**  
NIDN 0505018501

Anggota Pengaji 2,

**Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.**  
NIDN 0519029002



## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Selviana Praseno Putri

NPM : 182304030

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Iklan dengan Metode Affiliate Marketing Produk Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil *plagiarisme*. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 23 Juli 2022



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Iklan dengan Metode *Affiliate Marketing* Produk Shopee terhadap Keputusan Pembelian pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada tingkat S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada semua pihak yang turut membantu dan mendukung terselesaiannya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung khususnya kepada :

1. Bapak Drs. Djoko Susilo, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
4. Ibu Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc. selau dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing penyusunan skripsi prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu membantu dalam menjalankan urusan administrasi dan lain-lain di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
6. Orang tua terutama ibu tercinta yang tidak henti memberikan doa serta dukungan moril dan materil
7. Teman-teman khususnya Anggun, Rinda, Shinta, Sunyi, dan Olifiane yang selalu membantu, mendukung serta tidak berhenti memberikan semangat dan dukungannya
8. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen tahun angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
9. Seluruh responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktu serta berpartisipasi dalam pengumpulan data penelitian
10. Serta seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan berkah dari Tuhan serta selalu diberikan perlindungan dan kesehatan. Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak dalam kaitannya pada bidang *digital marketing*.

Terlepas dari semua itu, saya menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa. Oleh karena itu saya memohon maaf apabila ada kesalahan atau ketidak sesuaian bahasa dalam kalimat yang ada pada skripsi ini. Demikian yang dapat saya sampaikan, kurang dan lebihnya saya mohon maaf, terima kasih.

Yogyakarta, 1 Agustus 2022  
Penulis



Selviana Praseno P  
NPM 182304030

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HAAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	8
1.3.    Tujuan Penelitian .....	9
1.4.    Manfaat Penelitian .....	9
1.5.    Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1.    Landasan Teori.....	12
2.2.    Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3.    Kerangka Berpikir.....	38
2.4.    Pengembangan Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1.    Jenis Penelitian.....	40
3.2.    Tempat dan Waktu Penelitian .....	41

3.3.	Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.4.	Populasi Dan Sampel .....	43
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.	Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1.	Deskripsi Data .....	53
<b>4.2</b>	<b>Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>69</b>
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>72</b>
BAB V KESIMPULAN .....		77
5.1	Simpulan .....	77
5.2	Rekomendasi .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		80
LAMPIRAN .....		84

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Rincian Jumlah Populasi.....	45
Tabel 3.4 Skala Likert .....	49
Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan Program Studi.....	56
Tabel 4.3 Distribusi Responden berdasarkan Tahun Angkatan.....	56
Tabel 4.4 Distribusi Responden berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.5 Kriteria Penafsiran Deskripsi .....	58
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel X.....	59
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Y.....	61
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	63
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.11 Uji Linear .....	66
Tabel 4.12 Skala <i>Pearson Correlation</i> .....	67
Tabel 4.13 Uji Korelasi .....	67
Tabel 4.14 Hasil Persamaan Regresi Liner .....	68
Tabel 4.15 Uji Regresi Linier.....	69
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.17 Uji $T_{tabel}$ .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Alur Mekanisme <i>Affiliate marketing</i> .....	22
Gambar 2.2 Proses Promosi Produk Afiliasi melalui <i>Link</i> .....	24
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian .....	84
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian.....	85
Lampiran 3 Jadwal Penelitian.....	86
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 5 Data Penelitian Variabel Iklan <i>Affiliate Marketing</i> .....	93
Lampiran 6 Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian .....	101
Lampiran 7 Hasil Uji Data Penelitian .....	106
Lampiran 8 R <sub>tabel</sub> .....	114
Lampiran 9 T <sub>tabel</sub> .....	118
Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Keuangan .....	123
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi.....	124
Lampiran 12 Cek Plagiarisme.....	125