

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TIKTOK *AFFILIATE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN TIKTOK *SHOP* INDONESIA (STUDI  
PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK DI  
YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

**DEVINA KURNIAWAN**

**212304070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TIKTOK *AFFILIATE*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
TIKTOK *SHOP* INDONESIA (STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA  
TIKTOK DI YOGYAKARTA)**

Diajukan Oleh:

**DEVINA KURNIAWAN**  
212304070

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah  
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal : 13 Agustus 2025

Mengesahkan,

Pembimbing,

Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc

Ketua Penguji,

Ari Okta Viyani S.E., M.Sc

Anggota Penguji,

Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc

Pjs. Ketua Program Studi Manajemen,

  

Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.  
NPP. 2018.13.0130

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Devina Kurniawan

Npm : 212304070

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh *Viral marketing* Tiktok *Affiliate*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Tiktok *Shop* Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok di 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 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 adanya 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, Agustus 2025



Devina Kurniawan

## KATA PENGANTAR

Saya bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dapat terselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan dari banyak pihak yang saya tidak bisa sebutkan satu per satu. Jadi pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan banyak terima kasih, kepada:

1. Ibu Prof. Dr. rer.nat.apt. Triana Hertiani selaku Rektor Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dan pembimbing penyusunan skripsi.
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA selaku Ketua Prodi Manajemen (S-1).
4. Ibu Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Seluruh keluarga besar Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
6. Keluarga tercinta saya seperti suami, anak, ayah, ibu, dan adik-adik saya yang selalu memberikan dukungan dan doanya agar skripsi ini berjalan dengan lancar.
7. Serta teman-teman saya yang selalu membantu dan mensupport pada saat proses pengerjaan skripsi ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan anugerah kepada semuanya, sebagai balasan atas segala kebaikan yang telah dilakukan kepada saya. Lalu besar harapan saya agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Penulis,  
Devina Kurniawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian</b> .....	<b>12</b>
1. Ruang Lingkup Penelitian .....	12
2. Batasan Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
<b>A. Landasan Teori</b> .....	<b>16</b>
1. Viral marketing.....	17
2. Affiliate Marketing.....	18
3. Kualitas Produk .....	19
4. Harga .....	21
5. Minat Beli.....	22
6. Generasi Z .....	24
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>26</b>
<b>C. Kerangka Berfikir</b> .....	<b>31</b>
<b>D. Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>31</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
<b>A. Desain Penelitian</b> .....	<b>37</b>
<b>B. Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>37</b>

<b>C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>D. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>43</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>45</b>
<b>F. Teknik Analisis .....</b>	<b>46</b>
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Uji Instrument.....	47
3. Uji Asumsi Klasik .....	48
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
5. Uji Hipotesis.....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
<b>A. Deskripsi Data .....</b>	<b>70</b>
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	70
2. Karakteristik Responden .....	71
<b>B. Analisis Data.....</b>	<b>77</b>
1. Analisis deskriptif.....	77
2. Uji Instrumen.....	83
3. Uji Asumsi Klasik .....	85
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
<b>C. Uji Hipotesis.....</b>	<b>79</b>
<b>D. Pembahasan.....</b>	<b>95</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>107</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>108</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel 4. 1 Kriteria Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4. 2 Kriteria Usia Responden .....	61
Tabel 4. 3 Kriteria Status Pendidikan .....	62
Tabel 4. 4 Kriteria Frekuensi Pernah Pembelian .....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Instrumen Validitas .....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis 1 .....	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis 2.....	80
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis 3.....	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis 4.....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji T (Parsial).....	82
Tabel 4. 18 Hasil uji Koefisien Determinasi.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara dengan Pengguna Tiktok Terbesar Juli 2024.....	2
Gambar 1. 2 Demografi Usia Pengguna Tiktok Dunia (2022) .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	31

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Menjadi Responden .....	109
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	111
Lampiran 3 Identitas Menjadi Responden .....	118
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden .....	126
Lampiran 5 Analisis data dan Pengujian Hipotesis.....	137
Lampiran 6 Jadwal Penelitian .....	156
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Keuangan .....	158
Lampiran 8 Kartu Bimbingan .....	160
Lampiran 9 Hasil Cek Plagiarsme.....	162

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA