

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *FLASH SALE*, *LIVE STREAMING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TIKTOK SHOP KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Caesar Divo Aziz

Nim : 2210411023

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Flash Sale*, *Live Streaming*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Tiktok Shop Kabupaten Jember” Adalah hasil karya sendiri. Kecuali dalam berupa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, kebahasaan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Dengan demikian ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang diragukan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



Jember, 31 Juli 2026

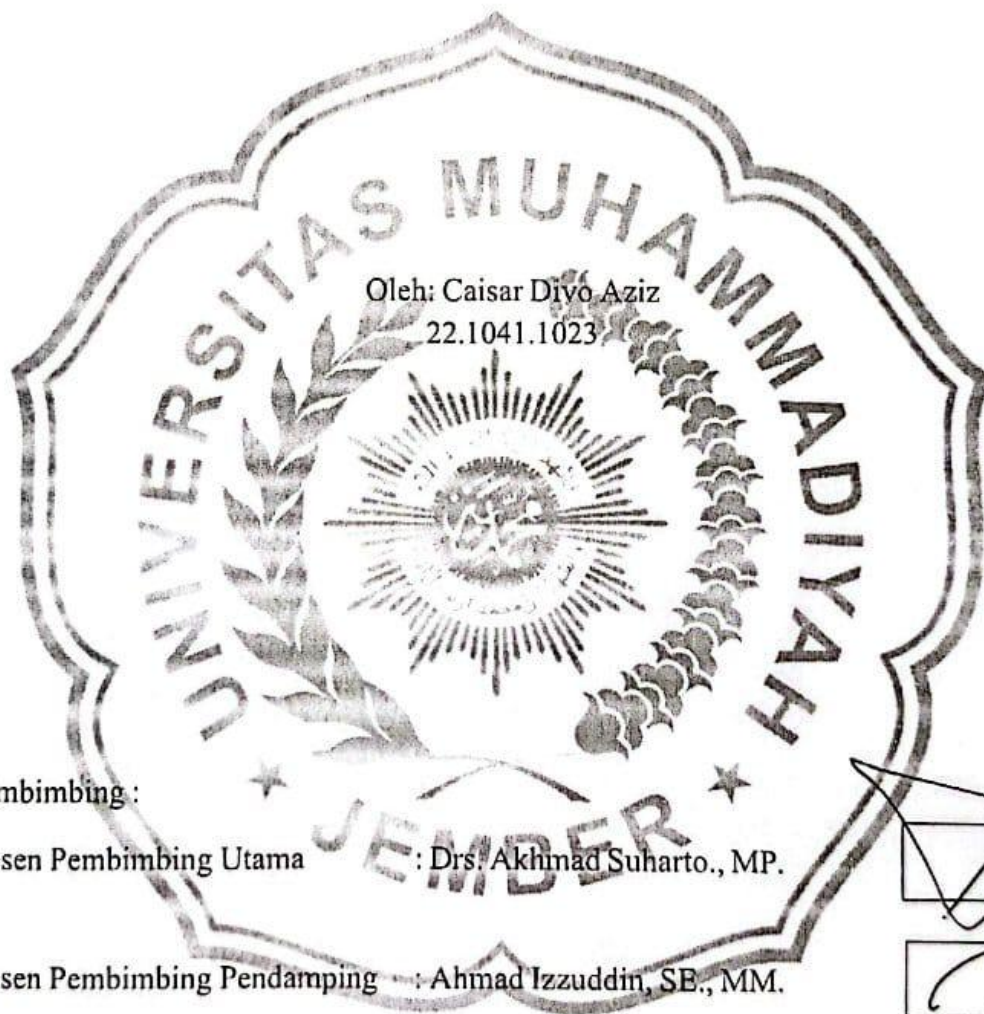
Yang menyatakan

Caesar Divo Aziz

Nim. 2210411023

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *FLASH SALE*, *LIVE STREAMING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TIKTOK SHOP KABUPATEN JEMBER**



Oleh: Caesar Divo Aziz
22.1041.1023

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto., MP.

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, SE., MM.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh *Affiliate Marketing, Flash Sale, Live Streaming, Dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Tiktok Shop Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember Pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 31 Juli 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Feti-Fatimah, S.E., MM.
NPK. 1979052510709622

Anggota 1,

Anggota 2,


Drs. Akhmad Suharto., MP.
NPK. 1962120118906242


Ahmad Izzuddin, SE., MM.
NPK. 1990100711605780

Mengesahkan

Dekan,

Ketua Program Studi,


Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001


Septy Holisa Umamy, SM., MM.
NPK. 19950922122091029

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

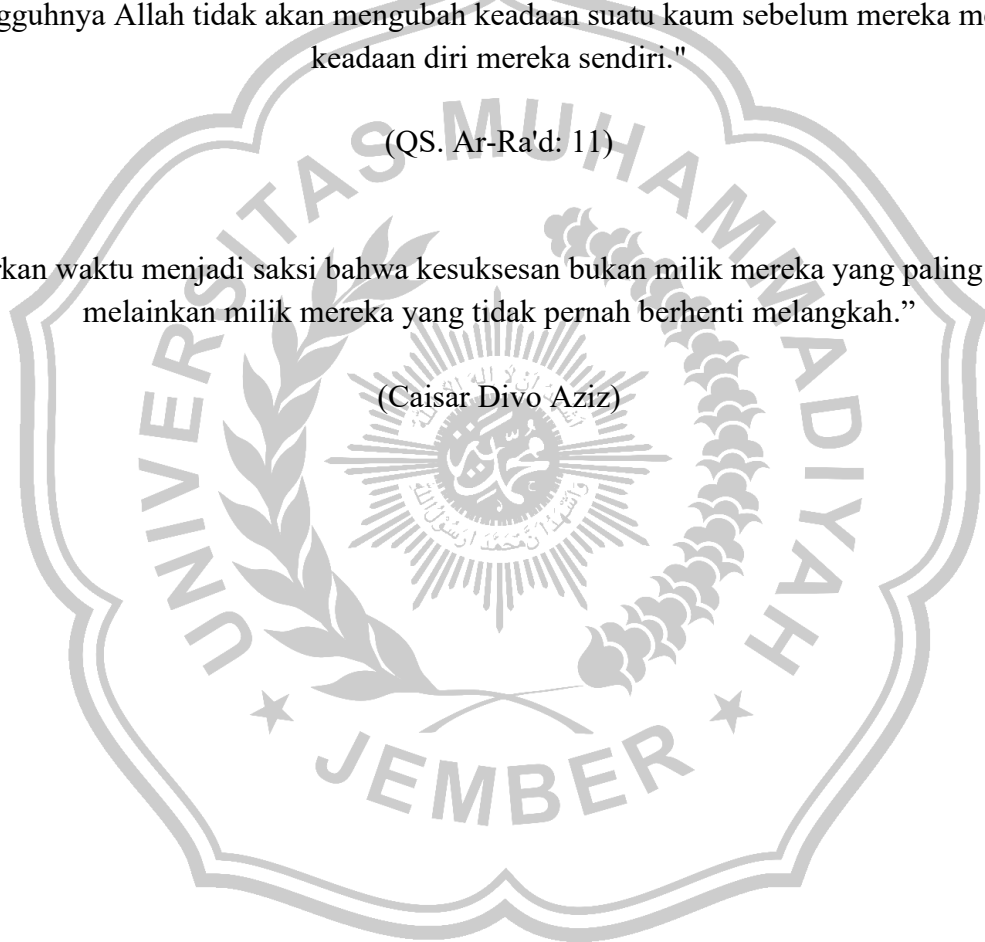
إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd: 11)

“Biarkan waktu menjadi saksi bahwa kesuksesan bukan milik mereka yang paling cepat, melainkan milik mereka yang tidak pernah berhenti melangkah.”

(Caisar Divo Aziz)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur yang tak terhingga hanya pantas dipanjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Sang Pemilik segala sesuatu, yang menggenggam takdir setiap hamba dengan penuh kasih dan kebijaksanaan. Dialah yang menguatkan langkah ketika kaki hendak berhenti, yang melapangkan dada ketika beban terasa tak tertanggung, dan yang menerangi jalan ketika gelap seolah tak bertepi. Hanya atas rahmat dan ridha-Nya, karya yang jauh dari sempurna ini akhirnya dapat berdiri. Dengan seluruh ketulusan hati dan rasa syukur yang mendalam, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu Tercinta

Kepada dua jiwa yang telah mendahulukan keperluan saya sebelum keperluan mereka sendiri, yang bersujud di sepertiga malam terakhir menyebut nama saya dalam doa-doa mereka yang sunyi. Kalian adalah pondasi yang tidak pernah goyah di bawah apapun yang saya bangun. Setiap huruf dalam karya ini lahir dari peluh kalian, dari keteguhan kalian, dan dari cinta yang tidak pernah meminta balasan. Saya tahu tidak ada pencapaian apapun yang cukup untuk membalas apa yang telah kalian berikan. Namun ijin saya menjadikan lembar demi lembar karya ini sebagai bukti bahwa pengorbanan kalian tidak pernah sia-sia, bahwa setiap doa yang kalian kirimkan telah sampai dan dijawab oleh-Nya dengan cara yang indah. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa menjaga kesehatan kalian, memanjangkan umur kalian dalam keberkahan, dan mempertemukan kita kembali di surga yang paling tinggi. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

2. Sahabat-Sahabat Tercinta

Kepada mereka yang hadir bukan hanya di momen terbaik, tetapi juga di hari-hari paling berat ketika semangat hampir habis. Kalian mengajarkan bahwa perjalanan yang panjang menjadi jauh lebih bermakna ketika ditempuh bersama. Terima kasih untuk setiap tawa yang mengobati lelah, untuk setiap kata yang menopang ketika saya hampir jatuh, dan untuk kesetiaan yang tidak pernah bersyarat. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala mengabadikan persahabatan kita, bukan hanya di dunia ini, tetapi hingga di bawah naungan surga-Nya. *Till jannah, insyaAllah.*

3. Seluruh Pihak yang Turut Berkontribusi

Kepada setiap orang yang pernah hadir dalam proses panjang ini, dalam bentuk apapun sebuah arahan, sebuah semangat, bahkan sebuah senyuman yang diberikan di saat yang tepat ketahuilah bahwa itu bukan hal yang kecil bagi saya. Setiap kebaikan yang kalian berikan telah tercatat, dan hanya Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang mampu membalasnya dengan balasan yang sesungguhnya layak. Semoga Dia membalas seluruh kebaikan kalian dengan kebaikan yang berlipat-lipat, baik di dunia maupun di akhirat. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis persembahkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan semesta alam yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang atas berkah, limpahan rahmat, serta bimbingan-Nya yang tidak pernah terputus, penulis akhirnya diberikan kemampuan dan kesempatan untuk menuntaskan skripsi ini. Skripsi dengan judul "Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Flash Sale*, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di TikTok Shop Kabupaten Jember" ini hadir sebagai pemenuhan salah satu persyaratan akademik guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Shalawat dan salam yang indah-indahnya senantiasa penulis lantunkan kepada pemimpin seluruh umat manusia, Nabi Agung Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, beserta keluarga yang mulia, para sahabat yang setia, dan seluruh pengikut beliau yang teguh berjalan di atas sunnahnya hingga hari pembalasan tiba.

Penulis menyadari bahwa perjalanan menyelesaikan skripsi ini bukanlah perjalanan yang selalu mudah dan lapang. Di sepanjang prosesnya, penulis kerap dihadapkan pada berbagai hambatan, keterbatasan diri, dan momen-momen yang menguji kesabaran. Akan tetapi, atas pertolongan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang datang dalam berbagai bentuk yang tidak selalu penulis duga termasuk melalui kehadiran orang-orang baik di sekitar penulis setiap liku perjalanan itu dapat dilampaui dengan penuh rasa syukur dan ketekunan. Maka pada kesempatan yang sangat berharga ini, dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan ruang dan kesempatan seluas-luasnya bagi penulis untuk menapaki jenjang pendidikan tinggi serta mengembangkan potensi diri di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah dengan penuh perhatian menyediakan dukungan akademis, fasilitas yang memadai, serta menciptakan kebijakan yang mendukung tumbuh kembang mahasiswa selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Septy Holisa Umamy, S.M., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, yang dengan penuh perhatian telah memberikan arahan yang tepat, kelancaran dalam urusan administrasi akademik, serta dorongan semangat yang berarti selama penulis menjalani proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP, selaku Dosen Pembimbing Utama, yang dengan sepenuh hati, penuh keikhlasan, dan kesabaran yang tiada batas telah membimbing penulis dari langkah pertama hingga langkah terakhir dalam penyusunan skripsi ini. Setiap waktu yang Bapak luangkan, setiap koreksi yang Bapak berikan, dan setiap arahan yang Bapak sampaikan adalah cahaya yang menuntun penulis menemukan jalan yang lebih baik. Jasa Bapak tidak akan pernah penulis lupakan.
5. Bapak Ahmad Izzuddin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Pendamping, yang telah memberikan perhatian, masukan yang tajam dan membangun, serta semangat yang terus

menyala kepada penulis. Bimbingan Bapak adalah dorongan nyata yang membuat penulis tidak pernah berhenti berusaha menyempurnakan karya ini hingga selesai.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, yang selama bertahun-tahun telah dengan penuh dedikasi dan ketulusan mendidik, mengajar, serta berbagi ilmu dan pengalaman yang tak ternilai kepada penulis. Setiap ilmu yang Bapak dan Ibu titipkan adalah bekal yang akan penulis jaga dan memanfaatkan sebaik-baiknya sepanjang hayat.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, namun kehadirannya dalam perjalanan ini sungguh memberikan makna yang nyata. Setiap bentuk dukungan, bantuan, maupun doa yang pernah diberikan dalam wujud apapun adalah bagian yang turut menyempurnakan karya ini. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala mencatat setiap kebaikan tersebut sebagai amal yang tidak terputus pahalanya, dan membalasnya dengan kebaikan yang jauh lebih besar di dunia maupun di akhirat. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak sisi yang perlu diperbaiki dan disempurnakan. Keterbatasan wawasan, pengalaman, dan kemampuan yang penulis miliki menjadikan karya ini tentu tidak luput dari kekurangan. Oleh sebab itu, setiap kritik yang membangun dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak akan penulis sambut dengan lapang dada dan rasa terima kasih yang tulus, karena hal tersebut hanya akan membuat karya ini dan diri penulis menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat hadir sebagai bacaan yang bermanfaat dan sumbangan yang berarti, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan *digital marketing*, maupun sebagai referensi yang berguna bagi siapapun yang membutuhkan kajian mengenai perilaku konsumen di ekosistem *social commerce*, khususnya di platform TikTok Shop. Sebagai penutup, penulis memohon dengan penuh ketulusan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala agar senantiasa menurunkan rahmat, ridha, dan keberkahan-Nya atas setiap ikhtiar yang telah tercurahkan dalam penyelesaian karya ilmiah yang sederhana ini.

Jember, 31 Juli 2026
Penulis

Caisar Divo Aziz
Nim. 2210411023

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan / Kajian Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	13
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	15
2.1.5 <i>Affiliate Marketing</i>	16
2.1.6 <i>Flash Sale</i>	18
2.1.7 <i>Live Streaming</i>	19
2.1.8 <i>Online Customer Review</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	26
2.4.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4.3 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian	28

2.4.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Identifikasi Variabel.....	30
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	30
3.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	30
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2.1 <i>Affiliate Marketing</i> (X1).....	30
3.2.2 <i>Flash Sale</i> (X2).....	31
3.2.3 <i>Live Streaming</i> (X3).....	31
3.2.4 <i>Online Customer Review</i> (X4).....	32
3.2.5 Keputusan Pembelian (Y).....	32
3.3 Desain Penelitian	33
3.4 Jenis Data	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.5.1 Populasi.....	34
3.5.2 Sampel.....	34
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Study Kepustakaan.....	35
3.7.2 Kuesioner (Angket)	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.8.4 Uji Hipotesis.....	38
3.8.5 Koefisien Determinasi (Uji R^2)	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah TikTok Shop.....	39
4.1.2 Perkembangan TikTok Shop di Indonesia	40
4.1.3 Produk <i>Fashion</i> Sebagai Kategori Penelitian	41
4.1.4 Kabupaten Jember sebagai Lokasi Penelitian	41
4.2 Deskriptif Statistik Responden	42

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	43
4.3.1	Indeks Jawaban Variabel <i>Affiliate Marketing</i> (X1)	44
4.3.2	Indeks Jawaban Variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	44
4.3.3	Indeks Jawaban Variabel <i>Live Streaming</i> (X3).....	45
4.3.4	Indeks Jawaban Variabel <i>Online Customer Review</i> (X4)	45
4.3.5	Indeks Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
4.3.6	Rekapitulasi Indeks Jawaban Seluruh Variabel	46
4.4	Hasil Uji Analisis Data	46
4.4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	46
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	51
4.4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.5	Pembahasan	52
4.5.1	Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
4.5.2	Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian	54
4.5.3	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.5.4	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran bagi Pelaku Usaha <i>Fashion</i> di TikTok Shop	61
5.2.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	61
5.2.3	Saran bagi Akademisi dan Institusi Pendidikan.....	62
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Nilai Transaksi Belanja Digital Indonesia (2020–2024)	1
Tabel 1.2 Delapan Negara dengan GMV TikTok Shop Tertinggi Tahun 2024	2
Tabel 1.3 Perkembangan GMV TikTok Shop Indonesia dan Posisi Global	2
Tabel 1.4 Persentase Konsumen Berdasarkan Kategori Produk Belanja Daring di Indonesia ..	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Kuesioner/Angket	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Indeks Jawaban Responden Variabel Affiliate Marketing (X1)	44
Tabel 4.5 Indeks Jawaban Responden Variabel Flash Sale (X2)	44
Tabel 4.6 Indeks Jawaban Responden Variabel Live Streaming (X3).....	45
Tabel 4.7 Indeks Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X4).....	45
Tabel 4.8 Indeks Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.9 Rekapitulasi Indeks Jawaban Seluruh Variabel Penelitian	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test).....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	50
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 TikTok Shop	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner	71
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen Data	76
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji T dan Koefisien Determinasi ..	81
Lampiran 6. Dokumentasi	82

