

SKRIPSI

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AEROSTREET
PADA APLIKASI TIKTOK**



Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**MICHAEL ALDIRA
NIM: 2110312210007
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AEROSTREET
PADA APLIKASI TIKTOK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

MICHAEL ALDIRA

NIM. 2110312210007

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 30 April 2025 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

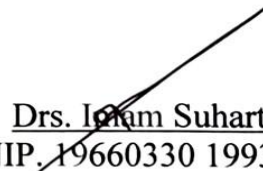
NIP. 19700209 199303 1 003

Penguji I



Dr. Ahmad Rifani, SE, MM
NIP. 19780705 200312 1 002

Penguji II



Drs. Iqbal Suharto, MM
NIP. 19660330 199303 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen





Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Michael Aldira
NIM : 2110312210007
Jurusan/Program Studi : S1 - Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Affiliate Marketing*
terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet
pada Aplikasi Tiktok
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 30 April 2025

TIM PENGUJI

Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA  (.....)

Penguji I : Dr. Ahmad Rifani, SE, MM  (.....)

Penguji II : Drs. Imam Suharto, MM  (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Michael Aldira
NIM : 2110312210007
Jurusan/Program Studi : S1 - Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Affiliate Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet pada Aplikasi Tiktok
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 30 April 2025
Waktu Ujian : 13.30 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 07 Mei 2025

Mahasiswa



Michael Aldira
NIM. 2110312210007

Pembimbing



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkap sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 30 April 2025

Yang membuat pernyataan



Michael Aldira

NIM. 2110312210007

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing* dan *Affiliate Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet pada Aplikasi Tiktok”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah pada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, yang membawa cahaya dalam kehidupan manusia untuk mencapai ridho-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentunya saya mengalami banyak sekali hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, segala puji syukur atas segala kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua, ayah saya Jong Ting Juw dan ibu saya Nani Mariana yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan tidak terkira disetiap perjalanan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada kakak saya yaitu Pradnja Surya Paramitha yang senantiasa memberikan nasehat kepada saya dan keponakan saya yaitu Shanum Rania Saputra yang selalu menghibur saya dikala saya menghadapi kejenuhan ketika mengerjakan penelitian ini.

3. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
6. Bapak Dr. Abdurrahman Sadikin, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.
7. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, yang telah sabar dan mau meluangkan tenaga, waktu, serta pikiran dalam membimbing saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi saya.
8. Bapak Dr. Ahmad Rifani, SE, MM, dan Bapak Drs. Imam Suharto, MM, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan evaluasi, masukan, serta saran yang membangun sebagai perbaikan dalam skripsi ini.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam menjalankan kehidupan di masa yang akan datang.
10. Noor Alika, yang selalu menemani dan memberikan bantuan serta dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat saya selama masa kuliah Noor Fadilla Amalia, Dhea Aliffa Putri, Akhmad Raihani, Putri Agustina, Lilis Sundari, Muhammad

Barkatullah Amin, Siti Maulida Sari, Christina Gunawan, dan Hana Dwi Ambarwati yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan jasa kalian akan dibalas oleh Allah SWT. Saya menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saya sangat menghargai saran dan masukan yang bersifat membangun demi melengkapi kekurangan dan keterbatasan dalam proses penulisan skripsi ini. Saya berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 15 April 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michael Aldira', with a stylized flourish at the end.

Michael Aldira

ABSTRACT

Michael Aldira (2025). *The Influence of Viral Marketing and Affiliate Marketing on Purchase Decisions of Aerostreet Products on the TikTok*

Supervisor: Ikhwan Faisal

This study aims to examine and analyze: (1) the influence of viral marketing on purchase decisions of Aerostreet products on the TikTok, and (2) the influence of affiliate marketing on purchase decisions of Aerostreet products on the TikTok.

This research is a quantitative study. The population consists of residents of Banjarmasin aged 18 and above who have purchased Aerostreet products on the TikTok application at least once, have seen promotional sales of Aerostreet products on TikTok, and have seen Aerostreet endorsements by content creators on TikTok. Data were collected from 100 respondents using a purposive sampling technique with a questionnaire. The data analysis techniques used include multiple regression analysis, classical assumption tests, and t-tests, processed using SPSS version 23.

The results of the study indicate that: (1) Viral marketing has a positive and significant influence on purchase decisions of Aerostreet products on the TikTok, and (2) Affiliate marketing has a positive and significant influence on purchase decisions of Aerostreet products on the TikTok.

Keywords: *Viral Marketing, Affiliate Marketing, Purchase Decision*

ABSTRAK

Michael Aldira (2025). Pengaruh *Viral Marketing* dan *Affiliate Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet pada Aplikasi Tiktok.

Pembimbing: Ikhwan Faisal

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok, dan (2) pengaruh *affiliate marketing* terhadap keputusan pembelian produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang berusia 18 tahun ke atas, termasuk pernah membeli produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok minimal satu kali, pernah melihat promosi penjualan produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok, dan pernah melihat *endorsement* Aerostreet oleh *Content Creator* di TikTok. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji t yang dioperasikan melalui *software* SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Viral marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok, dan (2) *Affiliate marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Aerostreet pada aplikasi Tiktok

Kata kunci: *Viral Marketing*, *Affiliate Marketing*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	20
1.3. Tujuan Penelitian	20
1.4. Manfaat Penelitian	20
1.5. Sistematika Pembahasan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1. Landasan Teori	23
2.1.1. <i>Viral marketing</i>	23
2.1.2. Affiliate Marketing	28
2.1.3. Keputusan Pembelian	31
2.1.4. Hubungan Antar Variabel	36
2.2. Penelitian Terdahulu	40
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	52
3.1. Kerangka Konseptual	52
3.2. Hipotesis	53
3.2.1 Pengaruh <i>Viral marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	53
3.2.2 Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB IV METODE PENELITIAN	55
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	55
4.2. Jenis Penelitian	55
4.3. Lokasi Penelitian	56
4.4. Unit Analisis	56
4.5. Populasi dan Sampel	57
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	60
4.7. Teknik Pengumpulan Data	63
4.8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
4.9. Uji Asumsi Klasik	65
4.10. Teknik Analisis Data	67
4.11. Uji Kelayakan Model	68
4.12. Uji Hipotesis	68
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	70
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
5.2. Hasil dan Analisis	73

5.2.1	Karakteristik Responden	73
5.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	78
5.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	91
5.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	93
5.2.5	Teknik Analisis Data.....	96
5.2.6	Uji Kelayakan Model	98
5.2.7	Uji Hipotesis	99
5.2.8	Pembahasan Hasil Penelitian	103
5.2.9	Implikasi Hasil Penelitian	111
5.3.	Keterbatasan Penelitian	116
BAB VI PENUTUP		117
6.1.	Kesimpulan.....	117
6.2.	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN		127