

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *CONTENT QUALITY*, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE DECISION*  
*SKINCARE* SKINTIFIC OLEH GEN Z PADA TIKTOK SHOP  
DI JABODETABEK**



Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Jakarta

Oleh :

**AMANDA CHRISANTY WIBOWO**

**1707622013**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**2026**

**THE EFFECT OF AFFILIATE MARKETING, CONTENT QUALITY,  
AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISION OF  
SKINTIFIC SKINCARE PRODUCTS AMONG GENERATION Z  
ON TIKTOK SHOP IN JABODETABEK**



This thesis is submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of  
Bachelor of Education at the Faculty of Economics and Business, Universitas  
Negeri Jakarta.

By :

**AMANDA CHRISANTY WIBOWO**

**1707622013**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM  
2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id  
Laman: fe.unj.ac.id

### SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd.  
NIP/NIDK : 198802142022032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han.  
NIP/NIDK : 199504122023212041  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amanda Chrisanty Wibowo  
No. Registrasi : 1707622013  
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Content Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision Skincare* Skintific oleh Gen Z pada TikTok Shop di Jabodetabek

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 10 Juli 2026

Dosen Pembimbing I

Dr. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198802142022032001

Dosen Pembimbing II

Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han.  
NIP. 199504122023212041

Mengetahui,  
Koord. Program Studi S1 Pendidikan Bisnis

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D  
NIP. 198209082010122004

Keterangan:

1. Formulir harus ditandatangani
2. Tanda tangan harus asli



Dipindai dengan CamScanner

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

#### BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Amanda Chrisanty Wibowo  
NIM : 1707622013  
Program Studi/Fakultas : Pendidikan Bisnis / Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Judul Penelitian : Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Content Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision Skincare* Skintific oleh Gen Z pada TikTok Shop di Jabodetabek

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan Lulus/ Tidak Lulus)\* Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 22 Juli 2026

Tim Penguji,

|              |                                           |                                                                                       |
|--------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Ketua        | Prof. Dr. Corry Yohana, MM.               |  |
|              | NIP. 195909181985032011                   |                                                                                       |
| Sekretaris   | Nadya Fadillah Fidhyallah,<br>S.Pd.,M.Pd  |  |
|              | NIP. 199302202019032022                   |                                                                                       |
| Penguji Ahli | Rizka Zakiah, S.Pd.,M.Pd.                 |  |
|              | NIP. 199401182023212040                   |                                                                                       |
| Pembimbing 1 | Dr. Annisa Lutfia, S.Pd.,M.Pd.            |  |
|              | NIP. 198802142022032001                   |                                                                                       |
| Pembimbing 2 | Daru Putri Kusumaningtyas,<br>S.E.,M.Han. |  |
|              | NIP. 199504122023212041                   |                                                                                       |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis

  
Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M

NIDN/NUPTK. 0027067204

  
Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D

NIDN/NUPTK. 0008098205

## LEMBAR ORISINALITAS

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Amanda Chrisanty Wibowo  
NIM : 1707622013  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul TA : Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Content Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* Skincare Skintific oleh Gen Z pada TikTok Shop di Jabodetabek

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 10 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Amanda Chrisanty Wibowo  
1707622013

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amanda Chrisanty Wibowo  
NIM : 1707622013  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat email : amandawibowo21@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi    ☐ Tesis    ☐ Disertasi    ☐ Lain-lain ( ... )

yang berjudul : *Pengaruh Affiliate Marketing, Content Quality, dan Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Decision Skincare Skintific oleh Gen Z pada TikTok Shop di Jabodetabek*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2026

Amanda Chrisanty Wibowo

## ABSTRAK

**AMANDA CHRISANTY WIBOWO. 1707622013. Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Content quality*, dan *Electronic word of mouth* terhadap *Purchase decision* Produk Skincare Skintific oleh Generasi Z pada TikTok Shop di Jabodetabek. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. 2026.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Affiliate Marketing*, *content quality*, dan *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap *purchase decision* produk skincare Skintific oleh Generasi Z pada TikTok Shop di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan pernah membeli produk Skintific melalui TikTok Shop. Sampel penelitian berjumlah 200 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert enam poin. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Affiliate Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi sebesar 22,1%. *Content quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi sebesar 13,1%. *Electronic word of mouth* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi sebesar 26,2%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Affiliate Marketing*, *content quality*, dan *electronic word of mouth* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* produk skincare Skintific oleh Generasi Z pada TikTok Shop di Jabodetabek, dengan *electronic word of mouth* menjadi variabel yang memberikan kontribusi paling besar.

**Kata kunci:** *Affiliate Marketing*, *Content Quality*, *Electronic Word of Mouth*, *Purchase Decision*, TikTok Shop, Generasi Z

## ABSTRACT

**Amanda Chrisanty Wibowo. 1707622013. *The Influence of Affiliate Marketing, Content quality, and Electronic word of mouth on the Purchase decision of Skintific Skincare Products among Generation Z on TikTok Shop in Greater Jakarta*. Undergraduate Thesis. Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.**

*This study aims to analyze the influence of Affiliate Marketing, content quality, and electronic word of mouth (e-WOM) on the purchase decision of Skintific skincare products among Generation Z on TikTok Shop in Greater Jakarta (Jabodetabek). This study employed a quantitative approach using a survey method. The research population consisted of Generation Z consumers residing in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) who had previously purchased Skintific skincare products through TikTok Shop. A total of 200 respondents were selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a questionnaire using a six-point Likert scale. The data were analyzed using validity, reliability, normality, and heteroscedasticity tests, simple linear regression analysis, t-tests, and coefficient of determination analysis using IBM SPSS Statistics version 25. The results indicate that Affiliate Marketing has a positive and significant influence on purchase decision, with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination of 22.1%. Content quality also has a positive and significant influence on purchase decision, with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination of 13.1%. Furthermore, electronic word of mouth has a positive and significant influence on purchase decision, with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination of 26.2%. Therefore, it can be concluded that Affiliate Marketing, content quality, and electronic word of mouth each have a positive and significant influence on the purchase decision of Skintific skincare products among Generation Z on TikTok Shop in Greater Jakarta (Jabodetabek), with electronic word of mouth providing the greatest contribution among the three independent variables.*

**Keywords:** *Affiliate Marketing, Content Quality, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision, TikTok Shop, Generation Z.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Affiliate Marketing, Content quality, dan Electronic word of mouth terhadap Purchase decision Produk Skincare Skintific oleh Generasi Z pada TikTok Shop di Jabodetabek*" sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari doa, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala kasih karunia, berkat, kekuatan, kesehatan, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Mama Endah Tri Astuti, ibu tunggal yang menjadi sosok paling berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dan perjuangan yang tidak pernah berhenti hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.
3. Papa Nugroho Ari Wibowo (Alm.), yang telah berpulang ke rumah Bapa di surga. Papa, anak perempuan kecilmu akhirnya berhasil menyelesaikan pendidikan dan menjadi seorang sarjana. Semoga Papa di surga bangga melihat pencapaian ini.
4. Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
6. Dr. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. dan Ibu Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han., selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II atas bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
8. Mbak Novita, Mas Dika, dan Mas Adit, selaku kakak penulis, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
9. Bulik Tina, Om Bowo, Bulik Yanti, Kinan, serta seluruh keluarga besar dari pihak Mama maupun Papa atas doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis.
10. Eyang Ti, Eyang Kung, dan Eyang Sum (Alm.), ketiga sosok eyang yang menjadi teladan hidup penulis. Semoga eyang bangga atas pencapaian ini.
11. Sahabat, teman-teman, serta seluruh pihak yang terlibat yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, atas bantuan, kebersamaan, dukungan, dan semangat dalam menyelesaikan studi.
12. Seseorang yang berada jauh di sana, yang penulis temui pada akhir Januari 2025. Terima kasih telah menjadi partner yang baik, tempat berbagi cerita, yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam setiap proses studi penulis di semester akhir, mulai dari magang perusahaan, mengajar, menyusun skripsi, hingga menuju kelulusan.
13. Amanda Chrisanty Wibowo, selaku diri penulis sendiri. Terima kasih karena telah bertahan, terus berjuang, dan tidak menyerah hingga akhirnya mampu menyelesaikan perjalanan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 21 Juli 2026

Amanda Chrisanty wibowo

## DAFTAR ISI

|                                                            |      |
|------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN.....                                    | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                    | iv   |
| LEMBAR ORISINALITAS.....                                   | v    |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | vi   |
| ABSTRAK.....                                               | vii  |
| ABSTRACT .....                                             | viii |
| KATA PENGANTAR .....                                       | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                           | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                                          | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                        | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                       | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                    | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                        | 1    |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian.....                             | 18   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                | 18   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                               | 19   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                               | 19   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                | 19   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                                | 20   |
| 2.1 Landasan Teori.....                                    | 20   |
| 2.1.1 Theory of Planned Behavior .....                     | 20   |
| 2.1.2 Purchase Decision .....                              | 22   |
| 2.1.3 Affiliate Marketing.....                             | 24   |

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.4 Content Quality .....                                                      | 27        |
| 2.1.5 Electronic Word of Mouth .....                                             | 28        |
| 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....                                              | 30        |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis .....                                                 | 35        |
| 2.3.1 Pengaruh Positif Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision.....       | 35        |
| 2.3.2 Pengaruh Positif Content Quality terhadap Purchase Decision .....          | 37        |
| 2.3.3 Pengaruh Positif Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Decision ..... | 38        |
| 2.4 Kerangka Teori .....                                                         | 39        |
| 2.5 Kerangka Hipotesis .....                                                     | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                            | <b>41</b> |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....                                             | 41        |
| 3.2 Desain Penelitian .....                                                      | 42        |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                                                     | 43        |
| 3.3.1 Populasi .....                                                             | 43        |
| 3.3.2 Sampel.....                                                                | 44        |
| 3.4 Pengembangan Instrumen.....                                                  | 46        |
| 3.4.1 Purchase Decision (Y).....                                                 | 46        |
| 3.4.2 Affiliate Marketing (X1) .....                                             | 50        |
| 3.4.3 Content Quality (X2).....                                                  | 53        |
| 3.4.4 Electronic Word of Mouth (X3).....                                         | 57        |
| 3.5 Uji Coba Instrumen.....                                                      | 60        |
| 3.6 Uji Asumsi Klasik.....                                                       | 61        |
| 3.6.1 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov).....                                   | 61        |
| 3.6.2 Uji Linearitas .....                                                       | 61        |
| 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....                                              | 62        |

|                                                                                                        |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                                                          | 62        |
| 3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....                                                          | 62        |
| 3.7.2 Uji Hipotesis.....                                                                               | 63        |
| 3.7.3 Uji t (Signifikan Parameter Parsial) .....                                                       | 63        |
| 3.7.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                            | 63        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                               | <b>66</b> |
| 4.1 Deskripsi Data.....                                                                                | 66        |
| 4.1.1 Profil Responden .....                                                                           | 66        |
| 4.1.2 Karakteristik Data .....                                                                         | 68        |
| 4.2 Hasil .....                                                                                        | 77        |
| 4.2.1 Uji Validitas .....                                                                              | 77        |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas.....                                                                            | 81        |
| 4.2.3 Uji Normalitas .....                                                                             | 82        |
| 4.2.4 Uji Linearitas.....                                                                              | 84        |
| 4.2.5 Uji Heteroskedastisitas .....                                                                    | 86        |
| 4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....                                                             | 87        |
| 4.4 Uji Hipotesis .....                                                                                | 89        |
| 4.4.1 Uji t.....                                                                                       | 89        |
| 4.5 Koefisien Determinasi .....                                                                        | 91        |
| 4.6 Pembahasan.....                                                                                    | 93        |
| 4.6.1 Pengaruh Positif dan Signifikan Affiliate Marketing (X1) terhadap Purchase<br>Decision (Y) ..... | 93        |
| 4.6.2 Pengaruh Positif dan Signifikan Content Quality (X2) terhadap Purchase<br>Decision (Y) .....     | 94        |
| 4.6.3 Pengaruh Positif dan Signifikan Electronic Word of Mouth (X3) terhadap                           |           |

|                                                 |            |
|-------------------------------------------------|------------|
| Purchase Decision (Y).....                      | 95         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                      | <b>96</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                            | 96         |
| 5.2 Implikasi Penelitian .....                  | 96         |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis .....                  | 96         |
| 5.2.2 Implikasi Praktis.....                    | 97         |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                | 99         |
| 5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya ..... | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                           | <b>115</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>               | <b>148</b> |

