

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN
TRANSAKSI, DAN *AFFILIATE MARKETING* PADA
KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta**



Disusun Oleh :

DAFA HANAFA ALIFIAN FAHREZI

2020052035

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS, TEKNOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN
TRANSAKSI, DAN *AFFILIATE MARKETING* PADA
KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE***

Disusun oleh:

DAFA HANAFI ALIFIAN FAHREZI

NIM. 2020052035

Proposal tugas akhir telah disetujui untuk disusun dan ditindaklanjuti
pada tanggal : 19 Januari 2024

Pembimbing I

Yunita Primasanti, S.T., M.T.
NIDN. 027058101

Pembimbing II

Bekti Nugrahadi, S.T., M.T.
NIDN. 0630109501

Mengetahui

Ketua Program Studi

Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.
NIDN. 0619108802

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN
AFFILIATE MARKETING PADA KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE*

Disusun Oleh:

DAFA HANAFI ALIFIAN FAHREZI

NIM. 2020052035

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh dewan penguji skripsi
Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi Dan Kesehatan
Universitas Sahid Surakarta

Pada hari KAMIS tanggal 1 FEBRUARI 2024.

Dewan Penguji

Penguji 1 Yunita Primasanti, S.T., M.T.
NIDN. 027058101

Penguji 2 Bekti Nugrahadi, S. T., M. T.
NIDN. 0630109501

Penguji 3 Erna Indriastiningsih, S. T., M. T.
NIDN. 0616057702



Mengetahui

Kepala Program Studi
Teknik Industri



Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.
NIDN. 061910880

Dekan Fakultas
Sains, Teknologi, Dan Kesehatan



Firdaus Hari Saputra A.H., S.T., M.Eng
NIDN. 0614068201

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN *AFFILIATE MARKETING* PADA KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE*” dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana Program Studi Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan moral, semangat dan bimbingannya kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Bapak Firdhaus Hari Saputra A. H., S. T., M. Eng., selaku Dekan Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T. selaku ketua program studi Teknik Industri
4. Ibu Yunita Primasanti, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I.
5. Bakti Nugrahadi, S. T., M. T., selaku dosen pembimbing II.
6. Bapak dan ibu dosen program studi Teknik Industri
7. Orang tua yang telah mendukung dan mendoakan.
8. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan Skripsi.

Akhir kata, Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan adanya kritik serta saran yang bersifat membangun demi sempurnanya Skripsi ini sangat penulis harapkan.

Sragen, Januari 2024

Dafa Hanafi Alifian Fahrezi

MOTTO

“hargai,cintai,peduli,kasihi,investasi pada dirimu dari sekarang dari pada kamu harus belajar semua itu melalui titik terendah yang merubah cara pandangmu”

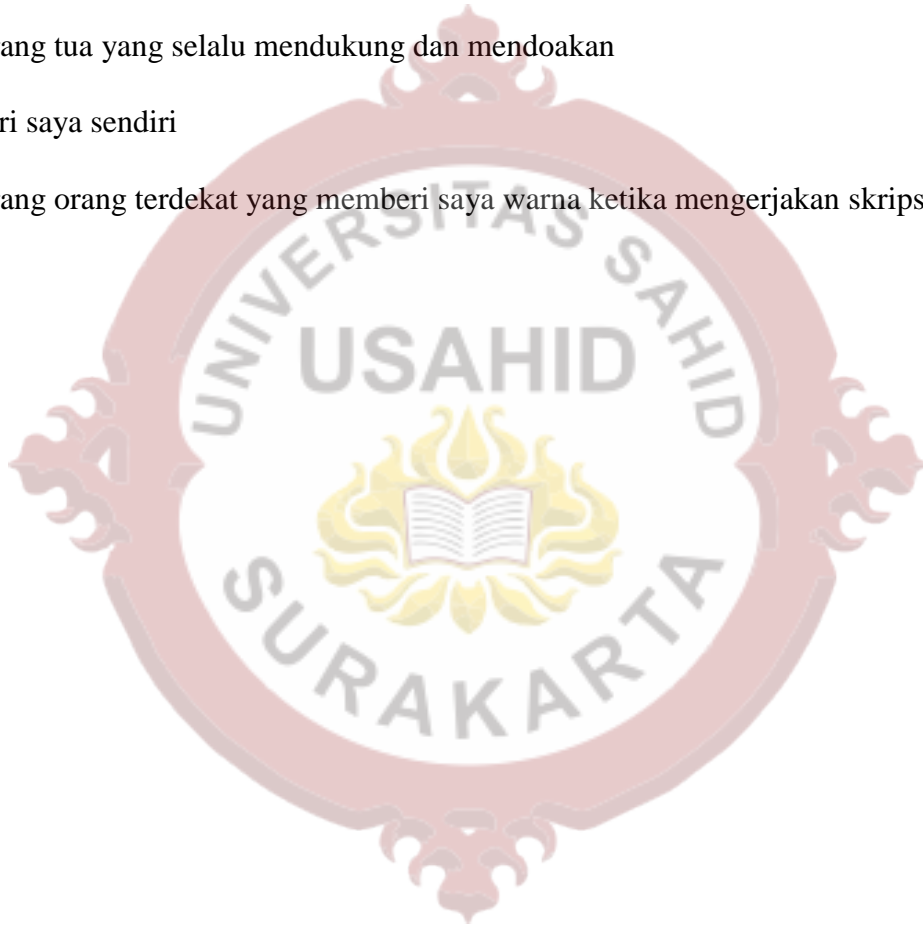
(DAFA HANAFI, 2022)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadirat Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan
2. Diri saya sendiri
3. Orang-orang terdekat yang memberi saya warna ketika mengerjakan skripsi saya



PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta. Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dafa Hanafi Alifin Fahrezi

Nim : 2020052035

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir /skripsi dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN *AFFILIATE MARKETING* PADA KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE*”

Adalah benar – benar karya saya sendiri, bukan jiplakan atau karya milik orang lain. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan akademik di Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Sragen, 31 Januari 2024



Dafa Hanafi Alifin Fahrezi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dafa Hanafi Alifian Fahrezi
NIM : 2020052035
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Sains, Teknologi, dan Kesehatan
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta. Hak bebas *royalty (Non – Eksklusif Royalty Free Right)* atau Skripsi saya yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN *AFFILIATE MARKETING* PADA KEPUTUSAN PEMILIHAN TOKO *ONLINE* “. Beserta/instrument,design/perangkat (jika ada), bahkan menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihkan media, mengelola dalam bentuk pangkalan data atau (*data base*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai (*co- author*) atau pencipta dan juga pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun

di Sragen
METERAN
TEMPER
000D4ALX00303952
Dafa Hanafi Alifian Fahrezi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	1
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
BAB I	3
PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
LANDASAN TEORI	7
2.1 <i>Influencer</i>	7

2.1.1 Indikator Influencer.....	7
2.1.2 Kategori <i>Influencer</i>	7
2.2 Kemudahan Transaksi	8
2.2.1 Kemudahan Transaksi	9
2.3 <i>Affiliate marketing</i>	9
2.3.1 Metode Komisi <i>Affiliate marketing</i>	10
2.3.2 Indikator <i>Affiliate marketing</i>	11
2.4 Keputusan Pemilihan	11
2.4.1 Indikator Keputusan Pemilihan.....	12
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pemilihan.....	12
2.5 Metode Regresi Linier Berganda.....	12
2.6 Analisis Statistik Deskriptif	13
2.7 Teknik Analisis Data	14
2.7.1 Uji Validitas	14
2.7.2 Uji Reliabilitas.....	14
2.8 Uji Asumsi Klasik	15
2.8.1 Uji Normalitas	15
2.8.2 Uji Multikolinieritas.....	15
2.8.3 Uji Heteroskedastisitas	16
2.9 Pengujian Hipotesis.....	16
2.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	17
2.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	17
2.10 Hipotesis.....	18
2.11 Gambaran Umum Toko <i>Online</i>	18
2.12 Jenis dan Sumber Data.....	19
2.13 Teknik Pengumpulan Data	19
2.14 Populasi dan Sampel	20
2.14.1 Populasi.....	20
2.14.2 Sampel.....	21

2.15 Pengolahan Data	21
2.15.1 Uji Validitas Instrumen.....	21
2.15.2 Uji Reliabilitas Instrumen	22
2.15.3 Pengolahan Regresi Linier Berganda.....	22
2.16 Penelitian Terdahulu.....	23
2.17 Kerangka Pemikiran	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Diagram Alur Penelitian.....	33
3.2 Tahapan Penelitian.....	35
3.2.1 Tahapan Awal Penelitian.....	35
3.2.2 Tahapan Pengumpulan dan Pengolahan Data Penelitian.....	36
3.2.3 Tahapan Analisis dan Kesimpulan Penelitian.....	37
BAB IV.....	38
PENGOLAHAN DATA.....	38
4.1 Gambaran Umum Responden.....	38
4.1.1 Responden Menurut Jenis kelamin.....	38
4.1.2 Responden Menurut Usia	39
4.2 Pengolahan Data	40
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
4.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.1 Uji Normalitas	50
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	51
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	52
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5 Pembuktian Hipotesis	56
4.5.1 Uji T (Parsial)	56

4.5.2 Uji F (Simultan)	57
BAB V.....	59
PEMBAHASAN DAN INTEPRETASI HASIL	59
5.1 Pembahasan.....	59
5.1.1 Pengaruh <i>influencer</i> Terhadap Keputusan Pemilihan Toko <i>Online</i>	59
5.1.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pemilihan Toko <i>Online</i>	59
5.1.3 Pengaruh <i>Affiliate marketing</i> Terhadap Keputusan Pemilihan Toko <i>Online</i>	60
5.1.4 Pengaruh <i>influencer</i> , kemudahan transaksi dan <i>Affiliate marketing</i> Terhadap Keputusan Pemilihan Toko <i>Online</i>	60
5.2 Pengujian Hipotesis dan Hasil.....	60
5.2.1 Pengujian Hipotesis 1.....	60
5.2.2 Pengujian Hipotesis 2.....	61
5.2.3 Pengujian Hipotesis 3.....	61
5.2.3 Pengujian Hipotesis 4.....	61
5.3 Intepretasi dan Pemanfaatan Hasil.....	62
5.3.1 <i>Influencer</i>	62
5.3.2 Kemudahan Transaksi	62
5.3.2 <i>Affiliate marketing</i>	63
BAB VI.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
6.1 Kesimpulan.....	64
6.1 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	70



ABSTRAK

Perkembangan toko *online* di Indonesia semakin cepat namun setiap toko *online* mengalami kesulitan mendapat pelanggan loyal. Berdasarkan keadaan tersebut tujuan penelitian mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh *influencer*, kemudahan transaksi dan *Affiliate marketing* terhadap keputusan pemilihan toko *online* dan menemukan intepretasi, saran memanfaatkan variabel. Metode penelitian studi lapang dan studi pustaka, analisis data Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Pengolahan pada Regresi Linier Berganda, Uji T dan Uji F. Hasil penelitian Variabel *influencer* (X1) memiliki pengaruh signifikan, variabel kemudahan transaksi (X2) secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan, variabel *Affiliate marketing* (X3) secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan dan *Influencer* (X1), Kemudahan Transaksi (X2), dan *Affiliate marketing* (X3) berpengaruh signifikan. Secara berurutan koefisien regresi linier berganda 24.5 % untuk variabel X1, 16.6 % untuk variabel X2, dan 47.7 % untuk variabel X3. Variabel X3 memiliki pengaruh terbesar 47.7% terhadap peningkatan pada Keputusan Pemilihan Toko (Y) dan variabel X2 memiliki pengaruh paling sedikit pada variabel Y. Variabel *influencer* (X1) Influencer sesuai jaman dan kategori influencer berdasarkan pengikut, Variabel kemudahan transaksi (X2) toko online melengkapi dengan berbagai fitur menunjang berbagai kebutuhan ataupun keadaan konsumen, dan Variabel *Affiliate marketing* (X3) menggunakan strategi yang luwes dan mudah menyesuaikan diri.

Kata Kunci : Toko *Online*, *influence*, *Affiliate marketing*.

ABSTRACT

The development of online stores in Indonesia is getting faster, but every online store is having difficulty getting loyal customers. The research aims to partially and simultaneously determine the influence of influencers, ease of transactions and affiliate marketing on online shop selection decisions and draw interpretations and suggestions for using variables. Research methods include field and literature studies. Data analysis implemented Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Processing in Multiple Linear Regression, T-Test and F Test. The research shows that the influencer variable (X1) has a significant influence. The transaction ease variable (X2) partially has an insignificant influence while the affiliate marketing variable (X3) partially has an insignificant influence. Influencers (X1), ease of transactions (X2), and affiliate marketing (X3) have a significant effect. The multiple linear regression coefficients are 24.5% for variable X1, 16.6% for variable X2, and 47.7% for variable X3 respectively. Variable X3 has the greatest influence of 47.7% on increasing Store Selection Decisions (Y) and variable X2 has the least influence on variable Y. The influencer variable (X1) Influencer according to the era and category of the influencer based on followers, the Transaction ease variable (X2) online shop is equipped with various features to support various consumer needs or circumstances, and the Affiliate marketing variable (X3) uses a flexible and easy strategy to adapt.

Keywords: Online Shop, Influence, Affiliate Marketing.

