

PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *FLASH SALE* TERHADAP *PURCHASE DECISION KOREAN SKINCARE SKIN1004* PADA *TIKTOK SHOP*

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

SALSABIL FADHILA
2310526017

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ALIH JENJANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

Pas foto 2x3 berwarna	No. Alumni Universitas	Salsabil Fadhila	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Batam/02 Juni 2002 b) Nama Orang Tua: Yondri c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2310526017 f) Tanggal Lulus: 14 November 2025 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,64 i) Lama Studi: 2 tahun 3 Bulan h) Alamat Orang Tua: Sampan, Jorong III Sangkir, Lubuk Basung, Kab. Agam		
<p>Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i>, <i>Online Customer Review</i>, dan <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Korean Skincare SKIN1004 Pada TikTok Shop <i>Skripsi oleh : Salsabil Fadhila</i> <i>Pembimbing : Prof. Yulia Hendri Yeni, SE, Ak, MT, Ph.D</i></p> <p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i>, <i>Online Customer Review</i>, dan <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Korean Skincare SKIN1004 Pada TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang termasuk Generasi Milenial dan Generasi Z yang pernah melakukan pembelian produk SKIN1004 melalui TikTok Shop. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>probability sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i> melalui penyebaran kuesioner. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Affiliate Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i>, <i>Online Customer Review</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i>, dan <i>Flash Sale</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i>.</p> <p>Kata kunci: <i>Affiliate Marketing</i>, <i>Online Customer Review</i>, <i>Flash Sale</i>, <i>Purchase Decision</i>.</p>			

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 14 November 2025.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama terang	Prof. Yulia Hendri Yeni, SE, Ak, MT, Ph.D	Dr. Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Dessy Kurnia Sari, SE, M. Bus, Adv, Ph.D	Dr. Rida Rahim, SE, ME

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen



Prof. Dr. Donard Games, SE, M. Bus (Adv)
NIP. 198011122005011003

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus:

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas		Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas		Nama	Tanda Tangan