



Research Article

## Peran Affiliator Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Online Shop Di Era Bisnis Digital

**Erna Indasari**

Program Studi Manajemen Universitas Wiralodra, [Erna.indasari@unwir.ac.id](mailto:Erna.indasari@unwir.ac.id)

Copyright © 2023 by Authors, Published by **Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : September 11, 2023

Revised : October 08, 2023

Accepted : November 25, 2023

Available online : December 11, 2023

**How to Cite:** Erna Indasari. (2023). The Role of Affiliates in Consumer Purchase Interest in Online Shops in the Digital Business Era. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 1(1), 9-18. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v1i1.2>

### The Role of Affiliates in Consumer Purchase Interest in Online Shops in the Digital Business Era

**Abstract.** The increasing development of science and technology today has brought very significant changes in the sales process. No more than that, the sales process is facilitated by the existence of digital systems, especially online. Online shops require sellers to apply the latest strategies and innovations to attract buyers to buy the products traded. One strategy that can be used by sellers is to market the products they sell using affiliate services as well as affiliate marketing techniques. Affiliate participation in the buying and selling process has proven to have a significant influence on the ongoing online buying and selling process. This is what will be the object of research using internet searching and library research methods. This method will collect data through internet media and library sources such as journals, articles and other related sources that will also be included. The results obtained through this research show that the existence of Affiliate Marketing played by Affiliators assisted by marketing intermediaries through social media has an impact on online sales because the Affiliators can influence the buying interest of consumers.

**Keyword :** Affiliators, affiliate marketing, social media, buying interest

**Abstrak.** Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin meningkat saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam proses penjualan. Tak lebih dari itu, proses penjualan dimudahkan dengan adanya sistem digital khususnya online. Online shop menuntut penjual untuk menerapkan strategi dan inovasi terkini untuk menarik minat pembeli untuk membeli produk yang diperdagangkan. Salah satu strategi yang bisa digunakan oleh para penjual adalah dengan memasarkan produk yang dijualnya dengan menggunakan layanan afiliasi sekaligus teknik pemasaran afiliasi. Keikutsertaan afiliasi dalam proses jual beli terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses jual beli online yang sedang berlangsung. Inilah yang akan menjadi objek penelitian dengan menggunakan metode internet searching dan library research. Dimana dalam metode ini akan mengumpulkan data melalui media internet serta sumber-sumber kepustakaan seperti jurnal, artikel dan sumber terkait lainnya yang juga akan disertakan. Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini adalah dengan adanya Affiliate Marketing yang diperankan oleh para Affiliator dibantu dengan perantara pemasaran melalui social media berdampak terhadap penjualan secara online karena para Affiliator mampu mempengaruhi minat beli para konsumen.

**Kata Kunci :** Affiliator, affiliate marketing, sosial media, minat beli

## PENDAHULUAN

Gempuran revolusi industri 4.0 membawa perubahan yang cukup besar bagi peradaban di muka bumi. Perkembangan teknologi merupakan ujung tombak atas munculnya perubahan yang ada. Bersama hadirnya teknologi ini membawa banyak aspek kemudahan dalam membantu manusia memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Salah satunya adalah dalam sistem pemasaran produk. Bermula dari cara penjualan yang dilakukan dengan saling bertatap muka antara penjual dan pembeli, berkembang menjadi penjualan yang bersistem digitalisasi atau akrabnya disebut dengan penjualan berbasis online. Begitu pula dengan strategi pemasaran yang berlaku. Dengan berjalannya waktu dari masa ke masa, strategi memasarkan produk oleh para penjual juga turut berkembang. Para penjual harus pandai mencari akal supaya bagaimana para konsumen tertarik untuk membeli produk yang mereka jual. Terhitung hingga saat ini ada banyak sekali sistem pemasaran yang ditawarkan baik yang sifatnya online ataupun yang bersifat konvensional (Andriyanti & Farida, 2022).

Ada banyak sekali strategi pemasaran yang telah berkembang dari waktu ke waktu. Dimulai dengan sistem pemasaran dengan menggunakan sistem Multi Level Marketing, Reseller, Dropship dan hingga sampai pada strategi pemasaran online yang sedang trending saat ini adalah Affiliate Marketing. Affiliate Marketing adalah sebuah aktivitas himpunan yang dalam hal ini melibatkan sebuah organisasi, perusahaan tertentu, bahkan situs yang bertujuan untuk mendatangkan profit antar kedua belah pihak yang terlibat. Profit yang didapatkan harus melalui sebuah kesepakatan dengan melakukan aktivitas pengiklanan produk ataupun layanan yang ditawarkan (Andriyanti & Farida, 2022).

Perkembangan Affiliate Marketing ini bermula ketika perusahaan telah memprediksi kemungkinan akan terjadinya perkembangan sistem pemasaran dengan bentuk yang lebih simpel yakni dengan cara saling menjalin mitra dengan perusahaan lain, baik didalam bisnis secara tradisional yang mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli maupun bisnis yang dilakukan dengan cara

digital (Rahman, 2022). Saling memberikan keuntungan merupakan konsep yang ditawarkan dari Affiliate Marketing ini. Bagi penjual, mereka tak perlu repot-repot lagi untuk memasarkan produk yang mereka jual ke khalayak ramai karena dengan memanfaatkan jasa para Affiliator jangkauan pengiklanan produk mereka dapat tersebar jauh lebih luas, terlebih lagi apabila para Affiliator memiliki jumlah followers yang banyak pada akun media sosial nya, hal tersebut tentu akan membawa keuntungan bagi para penjual karena jangkauan produk yang ditawarkan lebih luas. Sementara itu, para Affiliator juga sama akan mendapatkan sebuah keuntungan berupa komisi yang nantinya akan dibayarkan berkat jasanya dalam mengiklankan produk para penjual. Komisi yang didapatkan pun terbilang lumayan bahkan Affiliate Marketing ini berpotensi menjadi lapangan pekerjaan di era digitalisasi ini. Tak heran jika saat ini ada banyak sekali kalangan terhitung dari kaula muda hingga tua yang mencoba terjun ke dunia afiliasi ini untuk mencari pendapatan tetap ataupun sekadar sebagai pendapatan tambahan (Fauza Husna, 2023).

Penggunaan Affiliate Marketing ini marak digunakan pada platform elektronik seperti e-commerce dengan menggunakan sistem pemasaran melalui media sosial (Social Media Marketing). E-commerce atau mudahnya merupakan sebuah sebutan untuk perdagangan elektronik ini dapat didefinisikan sebagai satu dari mekanisme bisnis elektronik yang fokusnya pada transaksi bisnis bersifat individu dan menggunakan media berupa internet untuk keberlangsungan pertukaran barang ataupun jasa. Aktivitas yang terkait dalam e-commerce ini berkaitan dengan proses pembelian, penjualan hingga pemasaran barang atau jasa. Adapun mengenai penunjang pengiklanan produk atau jasa agar menarik minat para konsumen, digunakan sistem Social Media Marketing agar dapat menjangkau konsumen jauh lebih luas. Karena keberadaan Sosial Media saat ini sangat mempengaruhi segala aktivitas kehidupan manusia (Fauza Husna, 2023).

Pertumbuhan e-commerce ini tidak terlepas dari lajunya perkembangan internet, hal ini disebabkan karena internet melandasi jalannya sebuah e-commerce. Hadirnya e-commerce ini memungkinkan terciptanya sebuah persaingan yang sehat antar perusahaan, mulai dari perusahaan dengan skala kecil, menengah, hingga perusahaan dengan skala besar dalam rangka merebut pangsa pasar (Kangean & Rusdi, 2020). Melalui sistem penjualan berbasis elektronik ini juga, sebuah perusahaan akan memiliki peluang yang sama untuk dapat bersaing dan sukses dalam melaksanakan bisnis di dunia maya. Hal inilah yang mendorong melonjaknya minat menggunakan Affiliate Marketing dalam rangka menjangkau minat konsumen sebanyak-banyaknya agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan (Fauza Husna, 2023).

## LANDASAN TEORI

### Affiliate Marketing

Affiliate Marketing adalah aktivitas kolaborasi antara organisasi dan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan bagi kedua belah pihak melalui kesepakatan dalam kegiatan mengiklankan produk (Batu et al., 2019)

*Affiliate marketing* didefinisikan sebagai salah satu metode pemasaran **berbasis digital**, yang digunakan sebagai model bisnis suatu ecommerce. Dengan sistem

memberikan komisi, kepada affiliater yang berhasil menjualkan produk atau jasa melalui internet (Hanifah, 2021).

Affiliate Marketing adalah suatu metode pemasaran/bisnis di mana seseorang yang bertugas sebagai afiliator akan mendapatkan sejumlah komisi setelah berhasil mempromosikan produk si pedagang (merchant) (Ariata, 2023).

### **Media sosial**

Media sosial adalah sebuah platform di internet yang memungkinkan individu untuk menunjukkan diri, berkomunikasi, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, dan membentuk hubungan sosial secara virtual (Chaniago & Sayuti, 2019).

Media sosial merupakan sebuah bentuk platform komunikasi paling populer yang digunakan oleh jutaan pengguna di berbagai belahan dunia untuk dapat terus terhubung dengan pengguna lain dan untuk mendapatkan berbagai informasi yang terjadi di berbagai tempat. Banyak perusahaan yang dengan konstan menggunakan media sosial sebagai media iklan mereka terhadap barang atau jasa dan menjalin hubungan dengan target konsumen di jejaring sosial seperti Youtube, Twitter, Facebook, dan Blog (Rena Puspitasari, 2023).

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara online. Media sosial dapat berupa situs web atau aplikasi yang memungkinkan pengguna Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara online. Media sosial dapat berupa situs web atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil, memposting konten, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, pesan, atau fitur lainnya (Beveridge, 2023).

### **Minat Beli**

Minat beli merupakan sebuah dorongan seseorang atau kelompok orang dalam berbelanja untuk mencapai kepuasan, baik secara rasional maupun emosional. Pada tahap minat beli, konsumen belum melakukan pembelian, namun hanya melihat, memperhatikan, dan mencari informasi tentang produk (Chaniago, 2022).

Minat beli terjadi ketika seseorang memiliki perasaan tertarik terhadap suatu barang atau jasa dan memiliki keinginan untuk mendapatkannya. Minat beli dapat terjadi jika konsumen telah mengetahui informasi seputar produk tersebut sehingga dari informasi yang konsumen dapatkan, mereka dapat menentukan apakah mereka membutuhkan produk atau jasa tersebut (Sulastris, 2022).

Minat beli dapat tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhan dalam menggunakan suatu produk. Dalam affiliate marketing, minat beli menjadi penting karena afiliasi perlu memahami minat dan kebutuhan audiens mereka untuk mempromosikan produk yang tepat (Ariata, 2023).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif, dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami suatu fenomena yang akan dialami oleh subjek penelitian, khususnya pengaruh afiliasi dalam pemasaran

produk penjual melalui website online. Topik penelitian dapat mencakup perilaku, motivasi, dan bahkan tindakan dalam penelitian. Sumber yang diperoleh berasal dari pengumpulan beberapa data perpustakaan seperti jurnal, artikel dan sumber terkait lainnya beserta data pendukung yang ada. Dalam pembahasan yang lebih spesifik, objek kajian dalam penelitian ini adalah Affiliate Marketing yang menitikberatkan pada peran Affiliate sebagai penyedia jasa untuk mempromosikan suatu produk yang ditawarkan. Dengan hadirnya affiliator perusahaan ini mampu membangkitkan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Mekanisme Affiliate sebagai Viral Marketing**

Viral marketing dapat diinterpretasikan sebagai konsep komunikasi serta distribusi yang bergantung kepada pelanggan untuk menyampaikan produk digital lewat e-mail kepada konsumen potensial yang berada pada lingkungan sosialnya lalu menstimulasi kontak tersebut untuk turut mengirimkan produk (Andriyanti & Farida, 2022).

Affiliate Marketing merupakan satu dari berbagai sistem pemasaran yang ada dimana dalam sistem ini, nantinya seseorang akan diberikan upah berkat jasanya dalam memasarkan produk ataupun jasa milik sebuah perusahaan atau pelaku bisnis dengan tujuan untuk menciptakan strategi pemasaran yang meningkatkan penjualan. Sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk dalam Affiliate Marketing ini adalah Affiliator. Singkatnya, Affiliate Marketing ini merupakan bentuk kerjasama afiliasi yang membutuhkan perantara untuk memasarkan sebuah produk penjualan adapun teknik pemasaran yang digunakan adalah melalui perantara sosial media (Fauza Husna, 2023).

Adapun siklus dalam Affiliate Marketing yakni, seluruh Affiliate Marketer akan melakukan penjualan dengan melalui link khusus yang dikenal dengan Affiliate Link. Affiliate Link ini nantinya akan diberikan langsung oleh Merchant yakni pemilik barang atau jasa yang produknya akan dipasarkan. Ada beberapa jenis-jenis Affiliate Marketing yang dapat menghasilkan keuntungan, diantaranya :

#### **1. Unattached Affiliate Marketing (Pay Per Klick)**

Affiliate Marketing jenis ini akan memberikan komisi kepada para Affiliator ketika mereka melakukan promosi dengan cara membagikan tautan kepada audiens. Dalam jenis ini, para Affiliator tetap akan mendapatkan komisi meskipun tidak melakukan tindakan tertentu. Affiliator nantinya akan mendapatkan pendapatan dari perusahaan yang mengadakan program afiliasi. Hanya saja, karena jenis Affiliate Marketing ini terbilang mudah, komisi yang akan didapatkan terbilang cukup rendah.

#### **2. Related Affiliate Marketing (Paid To Click)**

Tak jauh berbeda dengan Unattached Affiliate Marketing, jenis Affiliate Marketing ini para Affiliator nantinya akan diberikan komisi dari setiap tautan yang dibagikan. Jenis Affiliate Marketing ini biasanya akan memasarkan produk milik Marketer pada platform yang ditargetkan dengan jumlah audiens tertentu. Seperti misalnya, platform YouTube, TikTok, Blog, Instagram, Twitter serta platform lain yang memiliki potensi audiens yang mumpuni.

### 3. Pay Per Sale Affiliate Program

Berbeda dengan kedua jenis Affiliate Marketing diatas, pada jenis ini para Affiliator akan diberikan komisi apabila mampu membawa konsumen hingga ke tahap penjualan produk. Biasanya komisi yang didapatkan berkisar 30% sampai 70% dari setiap penjualan produk. Pay Per Sale Affiliate Program ini hampir mirip dengan sistem reseller dimana kemampuan mempromosikan produk dan kelancaran berkomunikasi para Affiliator sangat dibutuhkan sehingga menarik minat para konsumen untuk melakukan pembelian.

### 4. Cost Per Action Affiliate

Program Pada jenis ini, para Affiliator akan mendapatkan komisi apabila berhasil membuat para audiens melakukan sebuah action ketimbang membeli sebuah produk yang dipromosikan.

## **Peran Affiliator dalam Menarik Minat Beli Konsumen**

Affiliator berasal dari kata afiliasi yang bermakna pertalian sebagai anggota atau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bermakna cabang. Afiliasi secara umum dapat dimaknai sebagai strategi marketing yang dilakukan oleh beberapa pihak secara bersama sama untuk mencapai keuntungan dari target konsumen yang telah ditetapkan sebelumnya. Orang yang berperan untuk memasarkan produk dalam hubungan afiliasi ini disebut sebagai Affiliator. Affiliator dapat diartikan sebagai seseorang yang dimanfaatkan jasanya untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan melalui sistem digital marketing. Adapun jenis-jenis digital marketing yang saat ini sering dijumpai adalah :

#### 1. Social Media Marketing

Social Media Marketing saat ini menduduki peringkat teratas sebagai wadah untuk memasarkan produk secara online. Bersama Social Media Marketing ini para Affiliator dapat leluasa untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio bahkan video terkait produk yang dipasarkan. Social Media Marketing adalah bentuk aktivitas pemasaran berbasis digital yang diciptakan untuk membagikan konten audio visual ataupun copywriting dalam platform media sosial. Social Media Marketing ini menimbulkan pengakuan, kesadaran, ingatan hingga tindakan terhadap sebuah merk, produk, bisnis, individu ataupun kelompok baik langsung ataupun tidak langsung dengan memanfaatkan alat yang berbasis social web (Fauza Husna, 2023).

#### 2. Website

Website termasuk kedalam salah satu dari jenis digital marketing yang berguna sebagai sarana promosi dan pemasaran produk pada era digital. Website merupakan keseluruhan halaman-halaman web yang berada dalam sebuah domain dimana mengandung suatu informasi (Fauza Husna, 2023).

#### 3. E-mail Marketing

Penerapan E-mail Marketing sebagai sistem Digital Marketing dinilai lebih efektif dan murah karena dalam jenis digital marketing ini aktivitas yang dilakukan hanya mengirimkan sebuah pesan komersil seperti promo, penawaran produk, diskon hingga penawaran membership lain kepada konsumen dengan menggunakan media berbentuk e-mail (Mahmud, 2021).

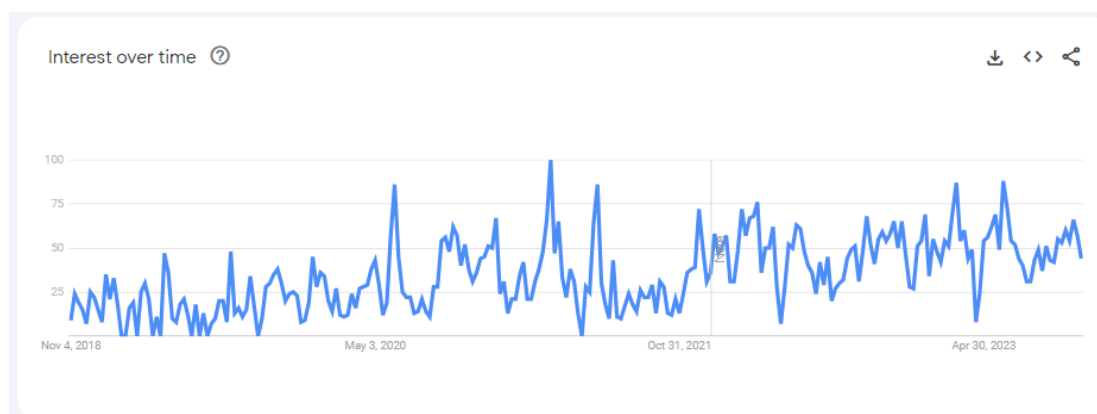
Saat ini kemampuan menjadi seorang afiliasi sangatlah penting. Siapa pun bisa dan boleh mendaftar menjadi afiliasi. Komisi yang didapat juga tidak main-main, hanya dengan widget dan jumlah follower yang banyak di akun media sosial yang bersangkutan, seseorang bisa melamar menjadi afiliasi bahkan mendapat komisi jika syarat yang ditentukan terpenuhi. Karena landasan pemasaran dengan sistem pemasaran afiliasi berfokus pada periklanan di platform pemasaran digital yang sedang tren saat ini, selain jumlah pengikut yang berkualitas di akun media sosial, seorang afiliasi juga harus kreatif dan ekspresif dalam hal pemasaran. Suatu produk atau jasa yang ingin dipasarkan.

Affiliate harus mampu mengekspresikan dirinya melalui konten yang sesuai dengan passionnya. Tak heran jika kini bermunculan judul-judul seperti pembuat konten dan influencer. Faktanya, afiliasi, pembuat konten, dan influencer memiliki orientasi yang sama yaitu sama-sama memasarkan produk melalui platform online, namun pada dasarnya influencer dan cabang afiliasi memiliki cakupan yang sama yaitu sebagai pembuat konten. Perbedaannya terletak pada cara Anda memperoleh keuntungan. Jika influencer mendapat untung dari pesanan yang masuk, afiliasi memperoleh pendapatan melalui tautan media. Platform online untuk memasarkan produk Afiliasi dapat berupa aplikasi seperti: Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa jenis digital marketing yang telah dijelaskan sebelumnya, Social Media Marketing menduduki peringkat unggul berdasarkan minat seiring waktu di masa saat ini. Di analisis melalui laman Google Trends mengenai perkembangan Social Media Marketing dalam lima tahun terakhir.

### **Gambar 1.** Perkembangan Social Media Marketing

Sumber : <https://trends.google.com>



TikTok dan Instagram menjadi aplikasi yang banyak digunakan saat ini oleh para Affiliator dibandingkan dengan beberapa aplikasi yang telah disebutkan diatas. Seorang Affiliator yang memasarkan produk milik sebuah perusahaan melalui aplikasi TikTok misalnya, dikutip dari Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023 (Widi, 2023). Ini menjadi peluang besar bagi para Affiliator untuk dapat

memanfaatkan kondisi yang ada. Sudah menjadi hal yang lumrah saat ini jika para Affiliator berlomba-lomba untuk berusaha menjadi sekreatif mungkin membuat konten yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Ditambah lagi berdasarkan laporan yang telah dipaparkan, pengguna aplikasi TikTok semakin bertambah dari waktu ke waktu. Apabila seorang Affiliator ini mampu membuat sebuah konten yang menarik perhatian banyak konsumen hingga menimbulkan minat belanja konsumen, maka Affiliator akan mendapatkan komisi dari hasil pengiklannya. Terlebih lagi jika konten yang di unggah pada platform tersebut mendapatkan viewers yang banyak. Sangat disayangkan sekarang Aplikasi TikTok sudah tidak menyediakan Fitur TikTok Shop karena satu dan lain hal. Tetapi, ada berita atau informasi baru jika Fitur TikTok Shop mulai dimunculkan kembali pada November 2023.

Sama halnya pada aplikasi Instagram, yang memanfaatkan berbagai fitur yang telah disediakan. Seperti contohnya pemasaran produk melalui instagram story dengan serta mencantumkan link produk yang ditawarkan. Apabila para viewers Instagram mengklik link yang dibagikan oleh Affiliator, maka Affiliator bisa mendapatkan sejumlah komisi. Apalagi jika Affiliator mampu membawa viewers nya ketahap pembelian produk yang ditawarkan maka tak hanya menguntungkan pemilik produk tapi juga Affiliator akan mendapatkan komisi yang jauh lebih besar. Tak hanya itu, Affiliator juga diberikan kebebasan untuk mengunggah konten selain di fitur instagram story, seperti reels, postingan pada feeds instagram milik mereka yang justru memiliki peluang mengundang konsumen lebih luas (Fauza Husna, 2023).

Tren yang lahir dari periklanan melalui Social Media Marketing cukup kuat, asosiasi ini dilakukan oleh banyak pihak menjadikan menguntungkan diantara pihak-pihak yang terlibat. Pembayaran komisi Affiliate tidak akan dihitung berdasarkan jumlah konten yang ada, namun dengan konten yang sama, seorang afiliasi sebenarnya bisa dibayar berkali-kali lipat karena fokus Affiliate adalah fokus pada konten media. Oleh karena itu, melalui media sosial konsumen mudah terpengaruh ketika melihat berbagai konten menarik yang disediakan oleh afiliasi pada aplikasi tertentu. Minat beli konsumen akan meningkat hanya dengan melihat konten yang disajikan. Singkatnya, dengan mereview konten yang dibuat oleh afiliasi, bisa saja timbul motivasi hedonis seseorang sehingga menyebabkan konsumen melakukan pembelian tanpa harus berpikir matang dan panjang mengenai pembelian yang dilakukannya (Fauza Husna, 2023).

Jenis pemasaran Social Media Marketing memang memiliki keunggulan yang cukup baik untuk mendukung para Affiliator mengiklankan produk yang dimiliki oleh perusahaan tertentu, terlebih lagi Social Media merupakan satu dari berbagai pendukung penyebaran informasi yang bersifat cepat yang digunakan untuk memasarkan sebuah produk ataupun jasa yang ditawarkan (Cindy, 2020).

Adanya Affiliate Marketing ini membawa perubahan terhadap strategi pemasaran yang ada. Kemungkinan konsumen membeli produk tersebut jauh lebih besar dibandingkan dengan menggunakan strategi pemasaran lainnya karena dalam hubungan afiliasi ini, afiliasi menggunakan kekuatan jaringan sosial untuk memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap produk, pendistribusian produk disediakan. Inilah sebabnya mengapa pemasaran produk secara online lebih

berdampak dan menarik lebih banyak konsumen dibandingkan strategi pemasaran yang dilakukan di luar media sosial (Fauza Husna, 2023).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Affiliate Marketing merupakan salah satu bentuk kerjasama afiliasi yang membutuhkan perantara untuk memasarkan sebuah produk penjualan melalui sistem digital marketing. Affiliate Marketing ini memungkinkan perusahaan untuk membangkitkan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Salah satu platform online yang banyak digunakan oleh para Affiliator adalah TikTok dan Instagram. Para Affiliator berlomba-lomba untuk membuat konten yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu, Social Media Marketing menduduki peringkat unggul berdasarkan minat seiring waktu di masa saat ini.

Dalam Affiliate Marketing, seorang Affiliator harus kreatif dan ekspresif dalam hal pemasaran. Suatu produk atau jasa yang ingin dipasarkan, Affiliator harus mampu mengekspresikan dirinya melalui konten yang sesuai dengan passionnya. Affiliate Marketing yang juga termasuk dalam salah satu viral marketing ini dapat menjadi jalan keluar untuk menarik minat belanja konsumen sebanyak-banyaknya. Karena kecenderungan terjadinya sebuah pembelian secara online dilatarbelakangi oleh pemasaran yang baik dan menarik melalui jejaring sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham B. Nomleni, Maria M. Sakunab, Fransiskus Moda, Gaudensius Djuang, & Apryanus Fallo. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 97–106. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.20>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Adriana S. Lahus, Ardy F. Lamatokan, Herybertus S. Meot, Simon Sia Niha, & Watu, E. G. C. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.21>
- Ariata, C. (2023). *Apa itu affiliate marketing? pengertian dan caranya lengkap!* Hostinger Tutorial. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-affiliate-marketing>
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh digital marketing terhadap online purchase decision pada platform belanja online shopee. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Beveridge, C. (2023). *What is social media advertising?* Semrushblog. <https://www.semrush.com/blog/social-media-ads/>
- Chaniago, H. (2022). Purchase Motives of Retail Consumers Nanostores: Evidence from Indonesia. *Quality - Access to Success*, 23(186), 98–103.

- <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.13>
- Chaniago, H., & Sayuti, A. M. (2019). Peran Adopsi Teknologi Social Media Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(3), 24-35. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v5i3.1578>
- Cindy. (2020). *Kekurangan dan kelebihan sosial media marketing*. Binus University. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/29/kekurangan-dan-kelebihan-social-media-marketing/>
- Fauza Husna. (2023). Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 299-306. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>
- Hanifah, I. (2021). *Affiliate marketing: pengertian, manfaat, dan cara kerja*. Socialmediamarketer. <https://socialmediamarketer.id/blog/affiliate-marketing-pengertian-manfaat/#:~:text=Affiliate Marketing%3A Pengertian%2C Manfaat%2C dan Cara Kerja,affiliate marketing ini%2C bisa dibilang tidak sulit.>
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>
- Mahmud, W. (2021). *Bisnis online*. Gramedia Widiasarana indonesia, 2021.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24-37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Rena Puspitasari. (2023). Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1-9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>
- Sulastri, D. S. (2022). The Effect of Service Quality on Repurchase Interest at Mie Gacoan Restaurant in Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(2), 43-51. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Widi, S. (2023). *Pengguna media sosial di indonesia sebanyak 167 juta pada 2023*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>