

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman *digital* saat ini, pertumbuhan teknologi dan informasi sangatlah cepat terutama pada internet. Dimana mayoritas orang lebih cenderung sering memakai *gadget*, keadaan inilah yang mendatangkan perubahan gaya hidup dan kebiasaan keseharian seseorang di zaman *digital* masa ini yang kabanyakan lebih aktif pada media sosial baik itu dalam hal berbelanja, yang sekarang sangat mudah dan bisa dilakukan hanya lewat sebuah *gadget* saja tanpa harus mampir ke toko secara langsung.

Affiliate marketing adalah sebuah program yang di mana anda dapat memasarkan produk atau jasa dari *brand* tertentu yang setelahnya akan memperoleh bayaran dari setiap penjualan produk yang ditawarkan. Banyaknya bayaran yang didapatkan juga beragam, bergantung pada persentase dan harga yang dijual pada produk. Rata rata bayaran dihitung menurut penjualan, tetapi terdapat juga yang menghitungnya dari *leads*, *website click*, pengguna *free trial*, dan *download* aplikasi.

Live streaming adalah menonton siaran secara langsung yang menggunakan jaringan internet. *Live streaming* berasal dari dua kata yaitu “*live*” dan “*streaming*” yang mempunyai arti lain di dalamnya. *live streaming* ialah konten video bersamaan audio yang direkam secara langsung (*real time*) yang memakai jaringan internet. Jadi, tidak terdapat jeda antara orang yang melakukan *live streaming* dan penontonnya. apa yang ditampilkan memang nyata tanpa rekayasa. Sehingga fitur ini dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan siaran *entertainment* dan berjualan.

Flash sale merupakan suatu system yang terdapat dalam dagang atau penjualan online di dalam *e-commerce*, di mana antara *seller* atau penjual dapat memberikan harga yang lebih murah (diskon) tetapi dalam waktu yang telah ditentukan atau waktu yang terbatas. Biasanya, *flash sale* ini terjadi atau dilakukan pada saat ketika launching produk baru.

Memanfaatkan fitur musik, filter, dan alat kreatif lainnya, pengguna platform media sosial TikTok dapat membuat film pendek (berdurasi hingga tiga menit) dan membagikannya kepada orang lain. Dengan aliran konten yang tidak ada habisnya dan kemampuan untuk menjadi viral yang disediakan oleh aplikasi Tiktok sehingga dalam sekejap mata dapat memberikan kepuasan bagi para penggunanya khususnya bagi para

kalangan generasi muda. Tiktok Shop adalah fitur tambahan yang dibuat oleh aplikasi Tiktok yang digunakan untuk pelaku usaha supaya dapat berjualan didalamnya. Dengan integrasi fitur e-dagang TikTok shop, aplikasi tersebut telah mengambil nama "perdagangan sosial," yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam bersosialisasi daring dan membeli serta menjual barang dan jasa.

Di dunia modern, pilihan busana seseorang mencerminkan seluruh gaya hidup mereka. Selain itu, fungsi busana dalam kehidupan manusia memiliki banyak sisi. Pada saat ini, jenis kelamin memiliki perspektif yang jauh lebih kontemporer tentang peran busana dalam kehidupannya sehari-hari, baik di rumah maupun di lingkungan sosial. Saat ini, pilihan pakaian seseorang merupakan cerminan dari pilihan gaya hidup mereka, dan sebaliknya. Status sosial seseorang dapat terungkap dan ditentukan oleh gaya mereka dari waktu ke waktu.

Dengan harga yang terjangkau, kualitas produk yang bagus serta promosi yang banyak Tiktok berhasil menarik pelanggan dengan cepat dan membuatnya menjadi aplikasi dengan jumlah pengunjung yang sangat banyak dengan tingkat perkembangan yang cepat.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Tiktok



Sumber:
We Are Social

Informasi Lain:

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>

Sekitar 106,51 juta orang di Indonesia menggunakan TikTok pada Oktober 2023, menurut survei We Are Social. Dan dengan itu, Indonesia telah melampaui semua negara lain dalam hal jumlah pengguna TikTok. Amerika Serikat memiliki 143,4 juta pengguna TikTok, yang merupakan yang terbanyak. Setelah Meksiko dengan 68,89 juta pengguna, Brasil dengan 94,96 juta pengguna menempati posisi ketiga. Di antara sepuluh negara teratas dalam hal jumlah pengguna TikTok pada Oktober 2023, kami menemukan Vietnam (62,61 juta), Rusia (59,12 juta), Pakistan (48,12 juta), Filipina (39,84 juta), dan Thailand (38,08 juta). Turki melengkapi sepuluh besar dengan 35,74 juta pengguna. Dengan 1,22 miliar pengguna secara global, Bytedance, pemilik aplikasi video tersebut, memperoleh 137 juta pengguna baru, atau 12,6% lebih banyak dari kuartal sebelumnya. Terjadi peningkatan sebesar 28,8 persen atau 272 juta pengguna dalam jumlah orang yang menggunakan TikTok dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Persentase pengguna TikTok pria adalah 50,8% pada Oktober 2023, menurut We Are Social, sedangkan persentase pengguna wanita adalah 49,2%.

Berdasarkan fakta dan alasan yang diberikan, Indonesia merupakan negara kedua yang paling banyak menggunakan aplikasi TikTok di dunia pada Oktober 2023. Ada banyak elemen yang memengaruhi dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, penulis mempertimbangkan sebuah penelitian dengan judul kerja “Pengaruh *affiliate marketing*, *live streaming* dan program *flash sale* terhadap keputusan pembelian produk *Fashion* pada aplikasi Tiktok”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada korelasi antara *affiliate marketing* dengan pembelian barang *fashion* di aplikasi TikTok?
2. Apakah ada korelasi antara menonton *live streaming* dan membeli barang *fashion* di TikTok?
3. Bagaimana program *flash sale* TikTok memengaruhi keputusan pengguna untuk membeli produk *fashion*?
4. Apakah adanya *affiliate marketing*, *live streaming*, dan program *flash sale* memengaruhi pilihan untuk membeli barang *fashion* di aplikasi TikTok?

1.3 Tinjau Pustaka

1.3.1 Pengertian *Affiliate marketing*

Menurut Kingsnorth (2016) *affiliate marketing* merupakan suatu keadaan dimana sebuah perusahaan memasarkan sebuah produknya melalui internet yang merupakan pihak ketiga, sebagai pertukarannya pada masa promosi telah berjalan, pihak pertama wajib memberikan bayaran berupa komisi. Menurut Price (2018), kompensasi pemasar afiliasi proporsional dengan nilai total penjualan produk yang dihasilkan oleh kode promosi yang dihasilkan selama proses pembelian.

1.3.2 Pengertian *Live streaming*

Hilvert-Bruce et al. (2018) menyatakan bahwa *live streaming* berpotensi menjadi jenis hiburan multimedia interaktif yang populer secara global di internet. Menurut Silaban et al (2022) di karenakan penggunaannya yang sangat efektif dan mudah dilakukan, sehingga banyak orang memakai *live streaming* sebagai hiburan, komunikasi atau pun melakukan pemasaran produk dan layanan. Pada Saat ini, banyak pemasar memakai *live streaming* di beberapa platform media untuk menjual dan menawarkan produk mereka.

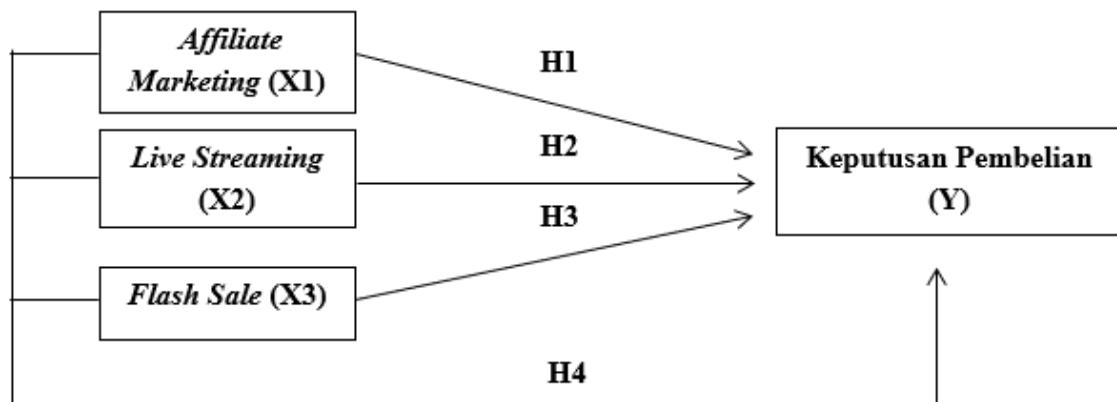
1.3.3 Pengertian *Flash sale*

Flash sale merupakan strategi e-commerce yang melibatkan pengurangan harga dan jumlah barang dalam jangka waktu terbatas sesuai dengan kebijakan toko online tertentu (Zakiyah, 2018). Pembeli online dapat memanfaatkan penjualan sementara seperti *flash sale*, yang mencakup pengembalian uang tunai, pengiriman gratis, atau diskon besar (Devica, 2020).

1.3.4 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pilihan terhadap apa yang akan dibeli, jumlah yang akan dibeli, dan metode pembayaran yang digunakan (Bafadhal Samira Aniesa, 2020). Keyakinan individu terhadap suatu produk dapat terungkap melalui kerangka atau pelaksanaan pilihan pembelian, yang didefinisikan oleh Mangkunegara (2017) sebagai suatu proses perilaku konsumen.

1.4 Kerangka Konseptual



Gambar 1.4 Kerangka Konseptual

Keterangan : X1 = Affiliate Marketing

X2 = Live Streaming

X3 = Flash Sale

Y = Keputusan pembelian

1.5 Hipotesis Penelitian

Bahan acuan penelitian ini dapat bersumber dari uraian latar belakang, rumusan masalah, kajian pustaka, dan sejumlah penelitian terdahulu. Dengan demikian, untuk mengkaji tantangan tersebut, penulis dapat membuat hipotesis atau asumsi sementara tentang tantangan tersebut, khususnya:

H1: Penjualan barang dagangan *fashion* aplikasi TikTok dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *affiliate marketing*.

H2: Penjualan produk *fashion* aplikasi TikTok mendapat dampak positif dan signifikan dari *live streaming*.

H3: Saat pengguna berbelanja barang-barang *fashion* di aplikasi TikTok, *flash sale* memberikan dampak positif dan substansial terhadap keputusan pembelian mereka.

H4: Saat pengguna berbelanja barang *fashion* di TikTok, *affiliate marketing*, *live streaming*, dan *flash sale* semuanya memainkan peran besar dalam memengaruhi keputusan pembelian mereka.