

Peran Shopee Affiliate Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital di Era Generasi Z

Muchamad Loby Lukman
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Sri Andayani
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: lobylukman313@gmail.com

Abstract. *In the current era, internet has become part of people's lives, especially generation Z. The development of internet technology also has an impact on the economic cycle, especially the product marketing process, which is now often called digital marketing. Progress of digital marketing in Indonesia is proven by existence of several market places that can be accessed easily via smartphone. One of them is Shopee. Existence of Shopee is also a means of supporting business actors to carry out digital marketing communications. One of the popular digital marketing communication media offered by Shopee is the Shopee Affiliate feature. Type of method used is descriptive research with a qualitative approach. All data in this research was obtained through literature study by analyzing every reading presented by previous researchers and also the results of practical field work carried out for 2 months at Diva Digital Marketing. Based on results of the discussion, it is known that Shopee Affiliate is a feature that many people use to get commissions or additional income by sharing product links. The existence of Shopee Affiliate also provides an increase in sales because of the way it disseminates product information that is interesting and arouses interest, especially among generation Z. Therefore, Shopee Affiliate has a big role as a digital marketing communication medium to increase sales of business products on Shopee.*

Keywords: *Shopee Affiliate; Digital Marketing; Marketing Communications; Social Media; Generation Z*

Abstrak. Internet di era saat ini telah menjadi bagian dari lini kehidupan masyarakat terutama generasi Z. Perkembangan teknologi internet juga berpengaruh pada perputaran ekonomi khususnya proses pemasaran produk yang saat ini kerap disebut dengan pemasaran digital. Berjalannya pemasaran digital di Indonesia dibuktikan dengan adanya beberapa *market place* yang dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*. Salah satunya yakni Shopee. Adanya Shopee juga menjadi sarana pendukung terhadap pelaku usaha untuk melakukan komunikasi pemasaran digital. Salah satunya media komunikasi pemasaran digital usungan Shopee yang populer yakni fitur Shopee Affiliate. Jenis metode yang digunakan yakni penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Setiap data yang ada pada penelitian ini diperoleh melalui *studiliterature* dengan menganalisis setiap bacaan yang disajikan dari peneliti terdahulu dan juga hasil dari praktik kerja lapangan yang dilakukan selama 2 bulan pada Diva Digital Marketing. Berdasarkan hasil pembahasan diketahui bahwa Shopee Affiliate menjadi fitur yang ramai dimanfaatkan masyarakat untuk mendapatkan komisi atau penghasilan tambahan dengancara membagikan tautan produk. Adanya Shopee Affiliate juga memberikan peningkatanterhadap penjualan karena cara penyebaran informasi produk yang menarik dan menggugah minat khususnya pada kalangan generasi Z. Sehingga dengan itu Shopee Affiliate memiliki peranan yang besar sebagai media komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk pelaku usaha di Shopee.

Kata kunci: Shopee Affiliate; Pemasaran Digital; Komunikasi Pemasaran; Media Sosial; Generasi Z

LATAR BELAKANG

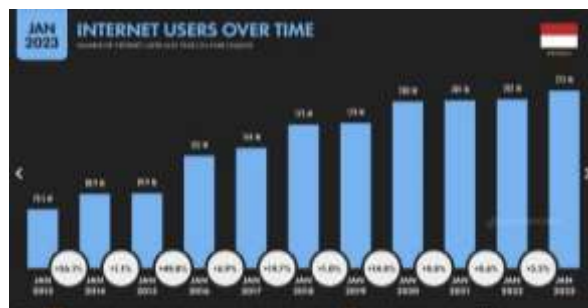
Pada masa perkembangan digital saat ini, diiringi dengan majunya teknologi informasi menjadikan perkembangan internet turut berkembang pesat. Internet di era saat ini telah menjadi bagian dari lini kehidupan masyarakat terutama generasi Z. Hal itu dikarenakan

Received: November 29, 2023; Accepted: Desember 18, 2023; Published: February 29, 2024

* Muchamad Loby Lukman lobylukman313@gmail.com

adanya internet hadir memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat terhubung dalam satu jaringan kapan pun dan di manapun mereka berada. Aktivitas kehidupan saat ini hampir semua lini memanfaatkan adanya teknologi, baik dalam hal pengetahuan, ekonomi, budaya dilakukan dengan teknologi (Sari,2018).

Salah satu contoh pesatnya perkembangan teknologi pada saat ini dapat dilihat dari semakin mudahnya akses internet. Kemudahan akses internet tersebut menjadikan masyarakat dengan mudah berselancar di dunia maya maupun berinteraksi secara digital. Kemudahan akses internet secara tidak langsung berakibat pada perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang tanpa batasan waktu dan tempat (Aktiva Oktariyanda et al., 2022). Hal ini pun tentunya juga berdampak pada semakin mudahnya digitalisasi diterima oleh masyarakat dan memberikan kemudahan dalam melakukan segala bentuk aktivitas.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: detik.com

Berdasarkan sumber data di atas, terbukti hingga awal tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia tembus hingga 213 juta pengguna. Jumlah tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan kata lain, pada awal tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 22,4% sejak 5 tahun terakhir. Hal tersebut menjadi sebuah bukti bahwa hampir seluruh penduduk Indonesia saat ini telah memanfaatkan adanya teknologi terutama internet.

Perkembangan teknologi internet juga berpengaruh pada perputaran ekonomi khususnya proses pemasaran produk yang saat ini kerap disebut dengan pemasaran digital. Segala bentuk kemudahan antara pemasar hadir dengan cara baru di era digital ini untuk dapat mengamati mengenai mekanisme penjualan seperti bagaimana yang dapat lebih menarik konsumen. Digitalisasi dapat pula dijadikan media komunikasi antara pemasar dengan konsumen melalui kelompok yang lebih luas ataupun individual. Pemasaran digital atau *digital marketing* ialah sebuah bentuk kegiatan pemanfaatan teknologi digital dengan tujuan mewujudkan komunikasi yang terintegrasi, bertujuan, dan memiliki ukuran untuk dapat

membantu memperoleh serta mempertahankan pelanggan sekaligus membangun keterikatan lebih mendalam (Royle dan Laing, dalam Rumondang, et all. 2020).

Pemasaran digital hadir di tengah masyarakat dengan memanfaatkan keterlibatan teknologi internet seperti web, e-mail, database, seluler, media sosial, televisi, dan sejenisnya. Hal ini dilakukan dengan maksud mengikuti perkembangan zaman agar dapat menarik konsumen secara interaktif terutama bagi generasi Z saat ini. Adanya perkembangan teknologi internet menjadi salah satu sarana masyarakat untuk menjalankan lini kehidupan dengan lebih mudah termasuk dalam hal berbelanja atau memenuhi kebutuhan hidup. Berjalannya pemasaran digital di Indonesia dibuktikan dengan adanya beberapa *market place* yang dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*. Salah satunya yakni Shopee.

Shopee merupakan salah satu *platform e-commerce* atau pemasaran digital yang memiliki basis di Singapura. Shopee didirikan oleh Sea Group sejak tahun 2015 dan mulai berkembang pesat menjadi salah satu *platform e-commerce* terbesar di Asia Tenggara termasuk Indonesia. Adanya Shopee ini menjadi sarana penjual untuk bertransaksi jual beli bersama pembeli dimanapun dan kapanpun dengan memanfaatkan teknologi. Kemudahan juga dirasakan oleh konsumen ketika menggunakan Shopee untuk mencari segala jenis kebutuhan. Hal tersebut menjadikan saat ini Shopee sangat digandrungi oleh masyarakat di Indonesia khususnya anak muda. Hanya dengan menggunakan *smartphone*, pengguna dapat berbelanja segala bentuk kebutuhan mulai dari sekunder hingga tersier.

Aplikasi Shopee dapat dengan mudah diunduh melalui playstore bagi pengguna android dan app store bagi pengguna ios. Berbagai fitur pencarian hingga pembayaran yang tersedia di dalamnya menjadikan setiap pengguna dapat mengakses dengan baik dan mudah. Hanya dengan mengakses melalui *smartphone* maka pengguna dapat membeli berbagai kebutuhan dan akan dikirimkan sesuai alamat masing-masing. Bahkan Shopee sendiri sering kali menyediakan berbagai macam voucher diskon menarik yang dapat dimanfaatkan para penggunanya dalam berbelanja. Oleh karenanya, berbagai dampak positif tentu dirasakan oleh penjual ataupun pembeli yang memanfaatkan *market place* tersebut.

Adanya Shopee menjadikan para penjual dapat dengan mudah memperjualbelikan produknya hanya dengan memposting gambar melalui gawai. Seiring dengan banyaknya pengguna yang mengakses dan bertransaksi melalui Shopeemenjadikan banyaknya penjual yang memperoleh sebagian besar omset ataupun keuntungan yang besar. Tak jarang pelaku UMKM pun juga turut bergabung dan merasakan pesatnya penjualan melalui Shopee. Pihak manajemen Shopee juga turut memberikan dukungan bagi para penjual dengan melakukan berbagai pembaruan fitur untuk meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk yang ada

dalam platform tersebut. Adanya Shopee juga menjadi sarana pendukung terhadap pelaku usaha untuk melakukan komunikasi pemasaran digital.

Komunikasi pemasaran sendiri memiliki definisi sebagai suatu sarana bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi, menawarkan, serta mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak mengenai produk dan juga merek yang diperjualbelikan secara luas (Kotler dan Keller, dalam Kusuma, et al. 2018). Komunikasi pemasaran ini hadir guna menyajikan informasi ataupun pengetahuan tambahan kepada setiap calon konsumen mengenai penjelasan produk yang akan mereka pilih serta bagaimana cara mendapatkannya. Oleh karenanya, komunikasi pemasaran memegang peran yang sangat penting bagi setiap Perusahaan ataupun pelaku usaha untuk melakukan suatu strategi, perencanaan, pelaksanaan, dan juga evaluasi dalam mempertahankan usaha yang dimilikinya. Sedangkan komunikasi pemasaran digital merupakan bentuk penyajian informasi penjualan produk terhadap calon konsumen dengan memanfaatkan adanya internet yang saat ini tengah digandrungi oleh seluruh lapisan masyarakat. Guna melakukan komunikasi pemasaran digital tersebut tentunya dibutuhkan suatu media yang mendukung. Salah satunya media komunikasi pemasaran digital yang populer yakni fitur Shopee Affiliate yang terdapat dalam *platform e-commerce* nomor 1 di Indonesia tersebut.

Shopee Affiliate ialah program inisiatif Shopee yang memungkinkan suatu individu untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk ataupun layanan yang diperjualbelikan di platform shopee. Program Shopee Affiliate ini memberikan peluang bagi para pemasar digital untuk dapat memperoleh penghasilan tambahan dengan mengarahkan pengguna untuk merujuk ke Shopee. Program ini biasa dimanfaatkan oleh para konten kreator atau influencer untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan membagikan suatu tautan produk Shopee untuk dapat dilihat dan dibeli oleh para pengikutnya. Di sisi lain, adanya Shopee Affiliate juga memberikan keuntungan bagi para penjual untuk dapat memperluas pasar mereka melalui para afiliasi Shopee yang dominan dipegang oleh influencer dengan pengikut yang berjumlah banyak.

Adanya fitur Shopee Affiliate di masa ini menjadi suatu hal yang digandrungi oleh generasi Z Indonesia. Pasalnya, fitur tersebut dimanfaatkan oleh para anak muda untuk mencari suatu barang berdasarkan review dari orang lain yang digemari. Sering kali influencer ataupun pelaku Shopee Affiliate melakukan promosi suatu produk dengan ulasan pribadi yang disertai membagikan tautan yang mengarahkan pada produk tersebut di shopee. Biasanya, aksi tersebut disebut dengan “Racun Shopee”. Secara tidak langsung, aktifitas tersebut pun tentu berperan terhadap peningkatan penjualan produk yang tentunya juga berpengaruh terhadap keuntungan

yang diperoleh penjual. Hal tersebut disebabkan banyaknya generasi Z yang mudah terbawa arus produk yang tengah digandrungi (viral) serta menarik perhatian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai peran Shopee Affiliate sebagai media komunikasi pemasaran digital di era generasi z.

METODE PENELITIAN

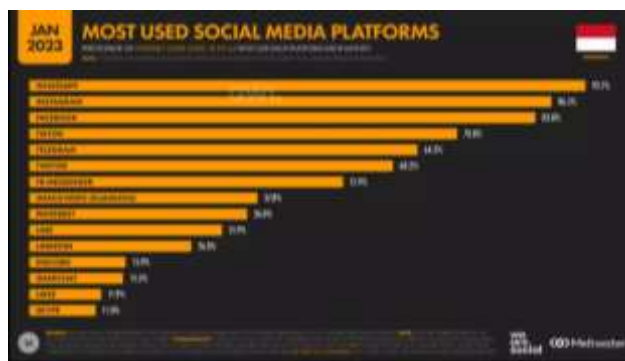
Jenis metode yang digunakan yakni penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan bentuk data yang dikumpulkan berupa kata - kata, gambar, dan bukan bentuk angka. penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud guna memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, dalam konteks alam yang khusus, dan memanfaatkan berbagai metode alami (Moleong dalam Anas, 2021). Setiap data yang ada pada penelitian ini diperoleh melalui *studi literature* dengan menganalisis setiap bacaan yang disajikan dari peneliti terdahulu dan juga hasil dari praktik kerja lapangan yang dilakukan selama 2 bulan pada Diva Digital Marketing.

Teknik pengumpulan data melalui *studi literature* dilakukan dengan menjadikan buku, artikel, atau sumber bacaan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian sebagai kumpulan referensi yang dapat mempertajam serta menjadi dasar teori. Dengan menggunakan metode *studi literature* dapat dijadikan sumber informasi untuk mengidentifikasi dan menganalisis topik pembahasan yang relevan sesuai dengan penelitian ini. Sedangkan praktik kerja lapangan menghasilkan kumpulan data berdasarkan kejadian nyata yang dilakukan pada saat praktik berlangsung.

Ketika data yang telah dikumpulkan terasa sudah cukup, selanjutnya yakni dilakukan reduksi data. Reduksi ialah suatu proses seleksi, pemfokusan, dan juga penyederhanaan data. Pada proses reduksi ini peneliti mengambil keputusan mengenai kerangka kerja secara konseptual, menyusun rangkaian pertanyaan penelitian, serta memberikan ketentuan pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan maksud penelitian. Langkah selanjutnya yakni penyajian data yang memiliki makna suatu Kumpulan informasi yang telah tersusun dan menimbulkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan keputusan. Data yang disajikan dapat berwujud gambar, matriks, skema, ataupun tabel sebagai pendukung rangkaian bacaan. Terakhir ialah penarikan kesimpulan atas data atau informasi yang telah disajikan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Shopee Affiliate menjadi fitur yang ramai dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendapatkan komisi atau penghasilan tambahan dengan cara membagikan tautan produk. Adanya Shopee Affiliate juga turut memberikan peningkatan terhadap penjualan karena cara penyebaran informasi produk yang menarik dan menggugah minat khususnya pada kalangan generasi Z. Para pelaku Shopee Affiliate seperti influencer dan sejenisnya melakukan pekerjaannya dengan cara membuat konten ulasan produk melalui berbagai media sosial seperti Instagram, tiktok, dan X dengan menyertakan tautan produk yang menjadi topik.



Gambar 2. Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia

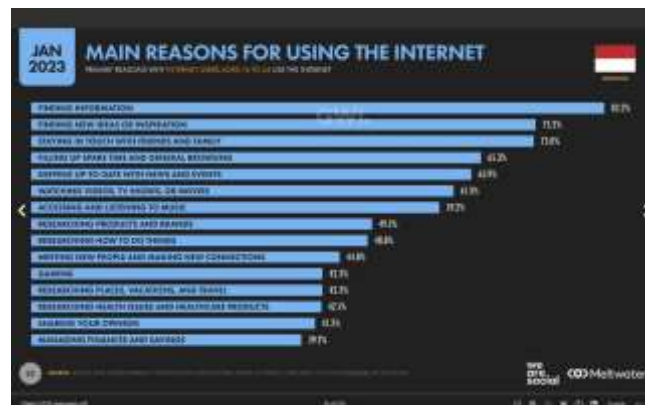
Sumber: We Are Social / Kompas.com

Berdasarkan data dari We Are Social menuturkan bahwa setidaknya terdapat 212,9 juta dari total 276,4 juta penduduk di Indonesia yang saat ini telah mengakses internet. Rata-rata setiap pengguna bisa menghabiskan waktu selama 7 jam 42 menit per hari dalam mengakses internet. We Are Social mengungkapkan bahwa jumlah masyarakat yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial mencapai di angka 167 juta atau 60,4% dari total pengguna. Media sosial yang kerap di akses oleh pengguna yakni Instagram yang menduduki posisi kedua tertinggi dengan jumlah 86,5% pengguna, Facebook 83,8% pengguna, dan Tik Tok 70,8% pengguna. Hal inilah yang menjadikan para pengguna fitur Shopee Affiliate kerap memanfaatkan media sosial terutama Instagram dan tiktok untuk memperluas jangkauannya dalam menyebarkan informasi produk.



Gambar 3. Influencer @dayanasshh Membagikan Informasi Produk Shopee Affiliate Melalui Instagram dan Tiktok

Metode penerapan Shopee Affiliate biasa dilakukan oleh para penggunanya ataupun influencer dengan membagikan ulasan mengenai suatu produk atau bahkan referensi penggunaan. Contoh produk yang kerap dibagikan oleh pengguna Shopee Affiliate yakni seperti pakaian, kosmetik, kebutuhan fashion, hingga kebutuhan rumah tangga. Hal itu dikarenakan di era generasi Z saat ini, para anak muda sangat mudah untuk terbawa arus trend yang ada di media sosial. Ditambah dengan keinginan yang tinggi untuk mengikuti gaya influencer idola. Bahkan, tak jarang banyak generasi Z yang terbilang fomo atau terpengaruh untuk selalu mengikuti apa yang disajikan oleh pembuat konten di media sosial. Oleh karenanya, adanya komunikasi pemasaran digital melalui konten yang diberikan pengguna Shopee Affiliate sangat memungkinkan dapat meningkatkan penjualan produk di kalangan gen Z. Melalui sebuah konten yang menarik dan menjadi trend setter menjadikan mereka juga turut tertarik untuk ikut membeli produk yang dibagikan.

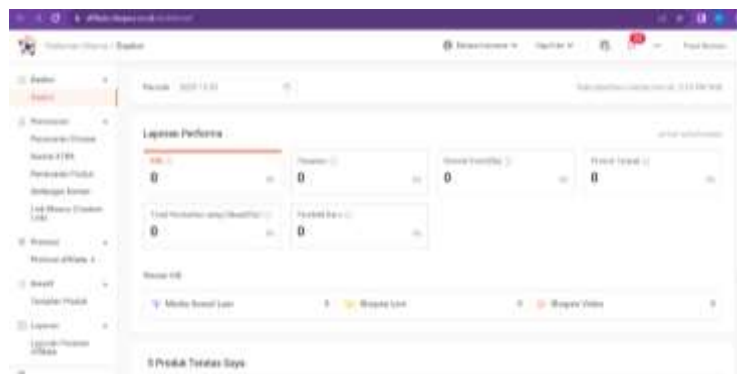


Gambar 4. Persentase Pencarian Internet Masyarakat Indonesia

Sumber: We Are Social / Detikinet

Berdasarkan data yang disajikan di atas, sebanyak 73,2% dari total pengguna internet di Indonesia memanfaatkan penggunaannya untuk mencari ide baru atau inspirasi, dan 49,5% mencari suatu produk atau brand. Besarnya jumlah tersebut juga dapat memperbesar peran Shopee Affiliate sebagai media komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk. Adanya Shopee Affiliate menjadikan peluang penyebaran informasi produk semakin cepat diterima ditambah dengan sebagian besar penggunanya merupakan influencer dengan jumlah pengikut media sosial yang ribuan atau bahkan jutaan.

Tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran produk saja. Fitur Shopee Affiliate juga memberikan komisi tambahan terhadap penggunanya ketika mereka membagikan tautan produk dan diakses oleh masyarakat luas. Bahkan komisi yang diterima akan lebih besar apabila pengunjung tautan melakukan transaksi pembelian terhadap produk tersebut. Hal inilah yang juga menjadi dorongan bagi para pengguna Shopee Affiliate untuk terus membagikan informasi produk beserta tautan yang mengarah langsung ke Shopee terhadap para pengikutnya.



Gambar 5. Tampilan Fitur Shopee Affiliate

Pada fitur Shopee Affiliate memberikan tampilan jumlah tautan produk yang di klik, jumlah produk yang dipesen, dan juga komisi kotor yang diperoleh pengguna dari hasilnya membagikan informasi produk kepada konsumen. Adanya tampilan tersebut menjadikan pengguna program Shopee Affiliate dapat mengetahui sejauh mana mereka berhasil menyajikan informasi yang bersifat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang direkomendasikan. Selain itu mereka juga dapat melihat seberapa besar performa dan komisi yang dihasilkan sehingga dapat terus mendorong upaya meningkatkan antusiasme dalam membagikan informasi produk. Hal tersebut tentunya juga dapat meningkatkan potensi komunikasi pemasaran digital dengan jangkauan yang lebih luas lagi.

Dalam sisi konsumen, adanya Shopee Affiliate menguntungkan mereka untuk dapat menerima informasi produk secara detail. Tak jarang mereka utamanya para pemuda generasi Z akan lebih tertarik ketika melihat barang yang diulas oleh influencer idola. Pihak Shopee

juga kerap memberikan voucher diskon melalui para Shopee Affiliate untuk dibagikan kepada konsumen. Banyak generasi Z yang memanfaatkan hal tersebut untuk mendapatkan potongan harga dalam membeli produk yang diinginkan. Sehingga dengan itu Shopee Affiliate memiliki peranan yang besar sebagai media komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk pelaku usaha di Shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi, khususnya internet telah memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat terutama generasi Z. Akses internet yang semakin mudah telah mengubah gaya hidup, memungkinkan interaksi digital, dan memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas. Tidak hanya itu, adanya internet juga merubah proses pemasaran produk. Munculnya pemasaran digital memungkinkan interaksi antara pemasar dan konsumen secara lebih efektif. Pemanfaatan internet dalam pemasaran yakni sebagai media komunikasi pemasaran digital. Salah satu contohnya yakni fitur Shopee Affiliate.

Program Shopee Affiliate memungkinkan individu, terutama konten kreator dan influencer untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk dari *e-commerce* shopee. Fitur ini menjadi populer di kalangan generasi Z dimana influencer menggunakan tautan afiliasi untuk membagikan ulasan produk dan memperluas pasar. Pada masa modern saat ini, generasi Z cenderung mudah terparuh oleh ulasan dan rekomendasi dari influencer melalui program Shopee Affiliate. Trend terkini yang dikenal dengan sebutan “Racun Shopee” menjadi sebuah fenomena dimana generasi Z lebih mudah tertarik pada produk yang sedang viral dan direkomendasikan oleh influencer yang terpercaya. Para pelaku Shopee Affiliate, terutama influencer menciptakan konten ulasan produk melalui media sosial seperti Instagram, Tik Tok, dan lainnya. Media sosial saat ini juga memiliki peran penting dalam pemasaran digital, terutama bagi Shopee Affiliate. Para influencer Shopee Affiliate menciptakan konten dengan mengikuti trend media sosial sehingga dapat dengan mudah menarik perhatian generasi Z. Pengguna fitur Shopee Affiliate sendiri akan memperoleh keuntungan berupa sejumlah komisi dari hasil dibagikannya tautan produk tersebut kepada khalayak luas.

Pengguna internet di Indonesia sering memanfaatkan internet untuk mencari ide dan inspirasi baru, serta merek melalui media sosial. Sehingga Shopee Affiliate menjadi salah satu sarana yang efektif untuk memenuhi kebutuhan tersebut sekaligus memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Dengan demikian, komunikasi pemasaran digital melalui media program Shopee Affiliate memiliki peran penting dalam memberikan

informasi dan meningkatkan penjualan produk serta memberikan manfaat yang besar bagi para pengguna, konsumen, dan platform Shopee itu sendiri.

Kekurangan dalam penelitian ini terdapat pada kurangnya data mengenai pengaruh adanya shopee affiliate terhadap peningkatan penjualan produk di platform shopee. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memberikan hasil penelitian yang berisikan data – data tersebut dengan rinci dan jelas. untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

- Aktiva Oktariyanda, T., Kurniawan, B., Megawati, S., Nizar Hilmi, A., & Cahyo Achmadja, N. (2022). Application of the Online Dukcapil Service “PLAVON” Judging from the Cognitive Community Response (Case Study in Sidoarjo Regency). *SHS Web of Conferences*, 149, 01009. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214901009>
- Anas, Lisnawati. (2021). *Efektivitas Pelayanan Publik Melalui Penerapan Sistem Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Pelayanan Online pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) di Kota Makassar*. SKRIPSI. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022, March). Pengaruh Viral Marketing ShopeeAffiliate, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen ShopeeIndonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok di Sidoarjo). In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN-SINTA 4* (Vol. 11, No. 2, pp. 228-241).
- Detikinet. 2023. *Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta di Awal Tahun 2023*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>. Diakses Tanggal 2 Desember 2023
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital dalam kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.
- Kompas. 2023. *Orang Indonesia Internetan Lebih Dari 7 Jam Sehari, Paling Sering Buka WA dan IG*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/14020097/orang-indonesia-internetan-lebih-dari-7-jam-sehari-paling-sering-buka-wa-dan-ig>. Diakses Tanggal 2 Desember 2023.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk. com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen.
- Sari, Desti Riska. (2018). *Implementasi Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi Smart Netizen Pada Kabupaten Lampung Tengah (Studi Kasus Desa Buyut Udik Kecamatan Gunung Sugih)*. SKRIPSI. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.