

ABSTRAK

STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK *HOME LIVING* (STUDI KASUS @RUMAH.IDAMANN2)

Oleh

DIAJENG AYU CESYAH SYAQILA

Pemasaran digital telah menjadi salah satu strategi utama dalam era transformasi digital, khususnya melalui media sosial seperti TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *affiliate marketing* yang diterapkan oleh Amanda melalui akun TikTok @rumah.idamannn2 dalam meningkatkan penjualan produk home living. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi konten, dokumentasi dan studi kepustakaan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data interaktif, dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Penelitian ini berfokus pada strategi *affiliate marketing* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Amanda berhasil memanfaatkan beberapa strategi utama, yaitu pemilihan *niche* yang tepat, pembuatan konten menarik, interaksi aktif dengan audiens, dan penggunaan fitur TikTok seperti "keranjang kuning". Selain itu, algoritma TikTok yang mendukung viralitas konten turut berperan dalam peningkatan visibilitas produk yang dipromosikan. Strategi ini memungkinkan Amanda untuk mencapai penjualan hingga 3.000 produk per bulan dengan omzet mencapai Rp 50 juta. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku pemasaran yang ingin mengoptimalkan strategi *affiliate marketing* pada *platform* media sosial.

Kata Kunci: *Affiliate Marketing*, TikTok, Produk *Home Living*, Strategi Pemasaran, Media Sosial

ABSTRACT

TIKTOK AFFILIATE MARKETING STRATEGIES TO BOOST HOME LIVING PRODUCT SALES (A CASE STUDY @RUMAH.IDAMANN2)

by

DIAJENG AYU CESYAH SYAQILA

The digital era has established digital marketing as one of the primary strategies for modern businesses, particularly through social media platforms such as TikTok. This study aims to analyze the affiliate marketing strategies implemented by Amanda through her TikTok account @rumah.idamann2 to enhance sales of home living products. The research employs a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, content observation, documentation, and literature studies. Data analysis was conducted using an interactive analysis model, and data validity was ensured through source triangulation. This study focuses on affiliate marketing strategies, with findings indicating that Amanda successfully utilized key strategies such as selecting the right niche, creating engaging content, actively interacting with her audience, and leveraging TikTok features like the “yellow cart.” Additionally, TikTok’s algorithm, which promotes content virality, played a significant role in increasing the visibility of promoted products. These strategies enabled Amanda to achieve sales of up to 3,000 products per month with a revenue of up to Rp 50 million. This research provides valuable insights for marketers aiming to optimize affiliate marketing strategies on social media platforms.

Keywords: Affiliate Marketing, TikTok, Home Living Products, Marketing Strategy, Social Media