

Pengaruh Aktivitas Kreator Afiliasi, Tingkat Konversi Afiliasi, dan Jumlah Kreator Aktif terhadap Kinerja Penjualan Brand Pilotter

Oleh:

Mochammad Bahaauddin Al Majidi
Istian Kriya Almanfaluti, S.Kom., M.Kom.

Bisnis Digital

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2026



Pendahuluan

- TikTok Shop mengalami pertumbuhan pesat dan mengubah perilaku belanja konsumen melalui konten video, live shopping, dan sistem afiliasi berbasis kreator.
- Efektivitas Program Afiliasi Belum Konsisten.

Masalah Penelitian & Research Gap

- Penjualan produk Pilotter banyak didukung oleh aktivitas kreator afiliasi melalui konten video dan live streaming, namun efektivitasnya masih belum dapat diukur secara pasti.
- Pilotter memerlukan analisis berbasis data transaksi untuk mengetahui pengaruh aktivitas kreator, tingkat konversi afiliasi, dan jumlah kreator aktif terhadap peningkatan penjualan.

Rumusan masalah, tujuan penelitian

Rumusan Masalah

- Bagaimana aktivitas kreator afiliasi, tingkat konversi afiliasi, dan jumlah kreator aktif dapat memengaruhi kinerja penjualan Brand Pilotter di TikTok Shop sehingga dapat menghasilkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan visibilitas, pendapatan transaksi, dan skala penjualan brand?

Tujuan Penelitian

- Mengukur pengaruh aktivitas kreator afiliasi terhadap kinerja penjualan Pilotter.
- Mengevaluasi dampak tingkat konversi dan jumlah kreator aktif pada data transaksi.
- Memberikan strategi optimalisasi afiliasi untuk brand e-commerce.

Kajian teori

- **Kreator Afiliasi**

Affiliator adalah individu yang membantu perusahaan dalam memasarkan produk atau layanan melalui pemanfaatan media dan sistem digital marketing

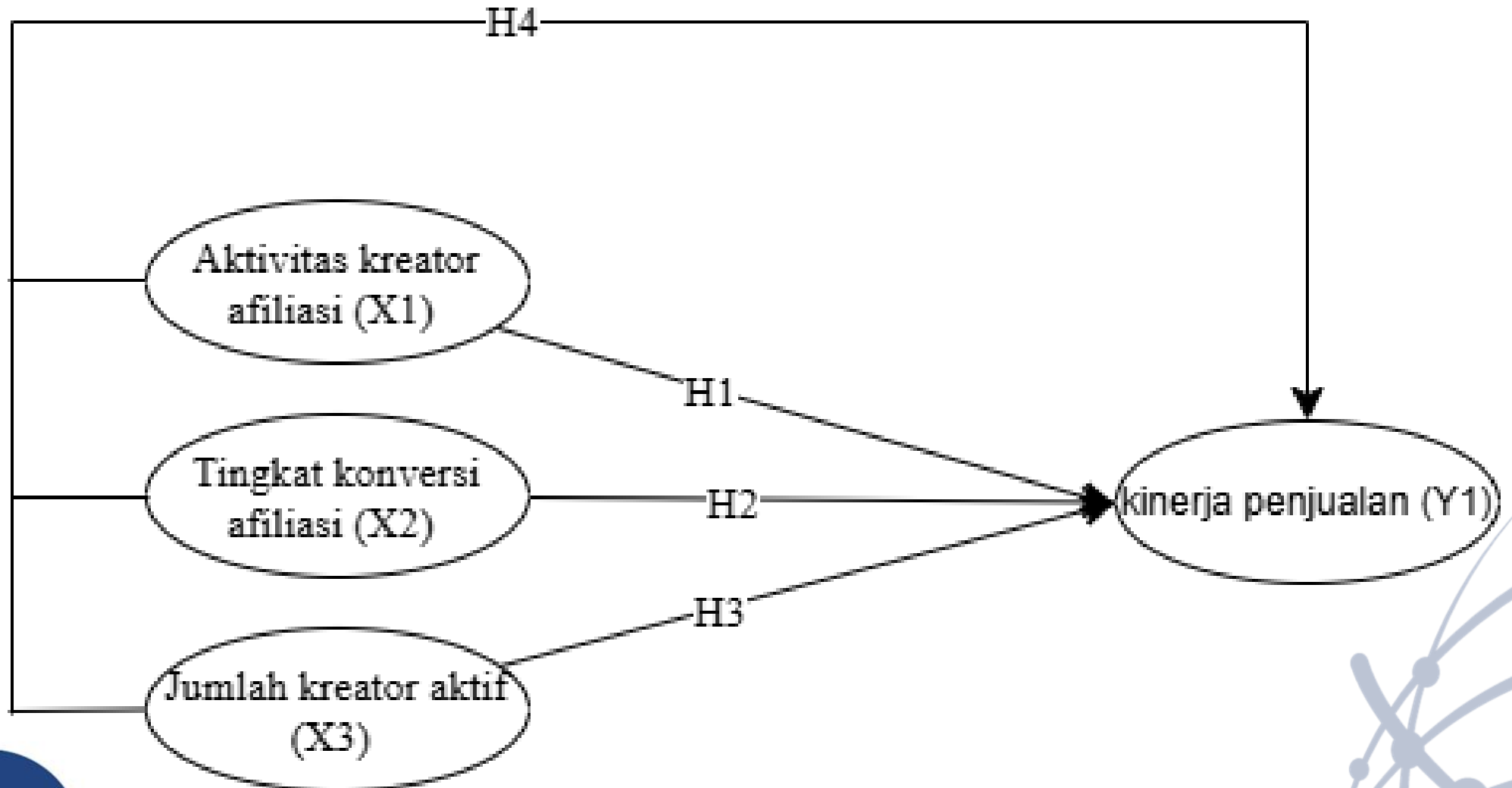
- **Kinerja Penjualan**

digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan atau pelaku usaha dalam mencapai target pemasaran dan penjualan produk maupun jasa

- **TikTok Shop**

fitur perdagangan elektronik yang terintegrasi dalam platform media sosial TikTok dan memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas jual beli

Kerangka berpikir penelitian



METODE

Uji normalitas

Uji parsial

Uji simultan (uji F)

Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

- Y = Kinerja penjualan
- X_1 = Aktivitas kreator afiliasi
- X_2 = Tingkat konversi afiliasi
- X_3 = Tingkat konversi afiliasi
- α = konstanta
- β = koefisien regresi
- e = error

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori berbasis data sekunder

Tanggal	Penayangan halaman	Prsentase tingkat konversi	Total kreator aktif	Total terjual
2025-08-23	12902	2.09%	28	118
2025-08-24	13771	1.68%	26	90
2025-08-25	15826	2.10%	24	127
2025-08-26	14082	2.25%	27	134
2025-08-27	18317	1.85%	16	143
2025-08-28	18952	2.02%	19	182
2025-08-29	16252	1.94%	16	147
2025-08-30	16356	1.96%	17	144
2025-08-31	15389	1.51%	15	116
...	...	...	...	...
2026-02-28	29067	2.93%	23	326

Sumber: data diolah peneliti, 2025

PEMBAHASAN

Normalitas

<u>Indikator</u>	<u>Nilai Statistik</u>	<u>Asymp. Sig. (2-tailed)</u>	<u>Keterangan</u>
Unstandardized Residual	0.074	0.2	Berdistribusi Normal (Sig. > 0.05)

PEMBAHASAN

multikolinearitas

- Tolerance: $X_1 = 0,675$; $X_2 = 0,773$; $X_3 = 0,801$ ($> 0,10$)
- VIF: $X_1 = 1,481$; $X_2 = 1,293$; $X_3 = 1,248$ (< 10)
- Kesimpulan: Seluruh variabel independen bebas dari masalah multikolinearitas,

Model	<u>Tolerance</u>	VIF
X1 (Aktivitas Kreator Afiliasi)	0.675	1.481
X2 (Tingkat Konversi Afiliasi)	0.773	1.293
X3 (Jumlah Kreator Aktif)	0.801	1.248

PEMBAHASAN

heteroskedastisitas

Seluruh variabel memiliki nilai Sig. > 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas

<u>Variabel Bebas</u>	<u>Koefisien B</u>	<u>t hitung</u>	<u>Sig. (p-value)</u>
(Constant)	-0.330	-0.748	0.455
Ln_X1 (Aktivitas Kreator Afiliasi)	0.058	1.317	0.189
Ln_X2 (Tingkat Konversi Afiliasi)	0.108	1.796	0.074
Ln_X3 (Jumlah Kreator Aktif)	-0.045	-1.196	0.233

PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

- Aktivitas Kreator Afiliasi (X1)

Memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,913, dengan nilai t hitung sebesar 13,925 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Aktivitas Kreator Afiliasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen

- Tingkat Konversi Afiliasi (X2)

Memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,076, dengan nilai t hitung sebesar 12,026 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Tingkat Konversi Afiliasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen

- Jumlah Kreator Aktif (X3)

Memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,010, dengan nilai t hitung sebesar 0,185 dan nilai signifikansi sebesar 0,853. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Jumlah Kreator Aktif tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

PEMBAHASAN

Uji t (Parsial): Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

<u>Variabel</u>	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t <u>hitung</u>	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	6,671	0,657	–	10,148	0,000	–	–
X1 (<u>Aktivitas Kreator Afiliasi</u>)	0,913	0,066	0,804	13,925	0,000	0,675	1,481
X2 (<u>Tingkat Konversi Afiliasi</u>)	1,076	0,089	0,649	12,026	0,000	0,773	1,293
X3 (<u>Jumlah Kreator Aktif</u>)	0,010	0,056	0,010	0,185	0,853	0,801	1,24

PEMBAHASAN

- Uji Simultan (Uji ANOVA / F)

<u>Sumber Variasi</u>	Sum of Squares	<u>df</u>	Mean Square	<u>F hitung</u>	Sig.
Regression	18,814	3	6,271	85,958	0,000
Residual	13,570	186	0,073	—	—
Total	32,384	189	—	—	—

PEMBAHASAN

- Uji Simultan (Uji ANOVA / F)

<u>Sumber Variasi</u>	Sum of Squares	<u>df</u>	Mean Square	<u>F hitung</u>	Sig.
Regression	18,814	3	6,271	85,958	0,000
Residual	13,570	186	0,073	—	—
Total	32,384	189	—	—	—

PEMBAHASAN

- Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh Aktivitas Kreator Afiliasi, Tingkat Konversi Afiliasi, dan Jumlah Kreator Aktif terhadap Kinerja Penjualan Brand Pilotter pada TikTok Shop, dapat disimpulkan bahwa Aktivitas Kreator Afiliasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas kreator dalam mempromosikan produk melalui program afiliasi dapat meningkatkan kinerja penjualan Brand Pilotter.
- Tingkat Konversi Afiliasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan aktivitas afiliasi dalam mengubah interaksi atau kunjungan konsumen menjadi transaksi memiliki kontribusi penting terhadap peningkatan kinerja penjualan. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 1,076, lebih tinggi dibandingkan Aktivitas Kreator Afiliasi sebesar 0,913

PEMBAHASAN

- Sebaliknya, Jumlah Kreator Aktif tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Meskipun memiliki arah hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,010, pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik dengan nilai signifikansi sebesar 0,853. Artinya, peningkatan jumlah kreator aktif saja belum tentu menghasilkan peningkatan kinerja penjualan apabila tidak disertai aktivitas dan kemampuan konversi yang efektif.

