

**PERSEPSI MAHASISWA BIDIKMISI TERHADAP *AFFILIATE*
MARKETING DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
MASYARAKAT UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh :

SAPITRI

06151282126057

Program Studi Pendidikan Masyarakat



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2025

**PERSEPSI MAHASISWA BIDIKMISI TERHADAP AFFILIATE
MARKETING DIPROGRAM STUDI PENDIDIKAN
MASYARAKAT UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Sapitri

NIM 06151282126057

Program Studi Pendidikan Masyarakat

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Akhir Program Sarjana

Mengetahui,

Koordinator Prodi Pendidikan Masyarakat



Shomedran, M.Pd.

NIP.198805162019031010

Pembimbing



Ardi Saputra, S.Pd., M.Sc

NIP.198911272019031013

**PERSEPSI MAHASISWA BIDIKMISI TERHADAP
AFFILIATE MARKETING DI PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN MASYARAKAT UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Sapitri

NIM: 06151282126057

Program Studi Pendidikan Masyarakat

Mengesahkan:

Koordinator Program Studi

Pembimbing



Shomedran, S.Pd., M.Pd
NIP. 198805162019031010



Ardi Saputra, S.Pd., M.Sc
NIP. 198911272019031013



**PERSEPSI MAHASISWA BIDIKMISI TERHADAP
AFFILIATE MARKETING DI PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN MASYARAKAT UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Sapitri

NIM: 06151282126057

Program Studi Pendidikan Masyarakat

Telah diujikan dan lulus pada:

Hari: Selasa

Tanggal: 20 Mei 2025

PENGUJI

1. Ardi Saputra, S.Pd., M. Sc.

2. Dr. Aswasulasikin, M.Pd



Koordinator Program Studi,



**Shomedran, S.Pd., M.Pd
NIP. 198805162019031010**

PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sapitri

NIM : 06151282126057

Program Studi : Pendidikan Masyarakat

Menyatakan dengan ini berusngguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Bidikmisi Terhadap Affiliate Marketing Di Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Sriwijaya”** adalah benar karya saya sendiri dan tidak ada unsur plagiat dan pengutipan yang tidak sesuai dengan etika penulisan yang berdasarkan Peraturan Pemerintah Mentrri Pendidikan Nasional Republik indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggukangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Jika di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan ada pengaduan pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak mana pun.

Indralaya, 26 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Sapitri

NIM 06151282126057

PRAKATA

Skripsi dengan judul “Persepsi Mahasiswa Bidikmisi Terhadap Affiliate Marketing Di Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Sriwijaya” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada program studi Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ardi Saputra S.Pd., M.Sc sebagai dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini, Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, Ma., selaku Dekan FKIP Unsri, Ibu Prof. Dr. Sri Sumarni, M.Pd selaku ketua jurusan pendidikan, Bapak Shomedran, S.Pd., M.Pd sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Masyarakat yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga saya tujukan untuk Bapak Dr. Aswasulasikin, M.Pd selaku penguji saya yang telah membimbing untuk perbaikan dalam skripsi ini.

Akhir kata, semoga dengan selesainya skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran dan penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lagi.

Indralaya, Mei 2024

Penulis



Sapitri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan segala puji syukur kepada Allah SWT serta mengucapkan sholawat kepada Nabi dan pada akhirnya skripsi ini dapat saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya abah Saprudin dan mama Suneni terima kasih telah membesarkan saya semoga saya dapat membanggakan bagi kedua orang tua saya.
2. Kepada ibunda Maharani yang kerap penulis panggil dengan sebutan ibu jeyek, terima kasih banyak sudah hadir seperti cahaya dalam gelap, yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan kasih sayang yang tak terukur, tanpamu, langkah dalam pengalaman hidup ini tak akan pernah sejauh ini.
3. Terima kasih kepada saudaraku, Safiah Intan Safitri, Adam kamil Al Faizi, Alimin, Suliyah, dan Reza Pratama atas dukungan dan doanya, serta kasih sayang.
4. Teruntuk seseorang yang paling mpit sayang “mi ayam”, kehadiranmu yang begitu tulus, terima kasih sudah menjadi someone to talk, yang hadir menjadi rumah, sebagai penenang, penguat dan penopang di saat terlemah, yang membuat perjalanan ini terasa begitu ringan, selalu menghargai setiap hal-hal kecil yang ada dan semua hal ada masanya, tapi semoga sama kamu masanya ga akan pernah habis sampai kapan pun.
5. Sangat berterima kasih kepada bapak Ardi Saputra S.Pd., M.Sc selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengajarkan saya banyak hal. Semoga semua yang bapak ajarkan dapat bermanfaat bagi saya dan menjadi amal jariyah bagi bapak.
6. Teman satu perjuangan dari awal kuliah “Terpeleset” : Ade, Bela, Bunga, Koma, Sintya, Silvia, Uyun, Aban, Apri, Bedul, Dicky, Esa, Faris, Jepri dan Wili yang telah mewarnai perjalanan selama kuliah.
7. Teman yang selalu memberikan keceriaan “Hep Pan” : Dilla, Gabe dan Yuris.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap *affiliate marketing* di Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Sriwijaya. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa memandang *affiliate marketing* sebagai salah satu peluang ekonomi alternatif di tengah keterbatasan sosial ekonomi dan latar belakang pendidikan yang beragam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah 6 orang mahasiswa yang berasal dari mahasiswa penerima program bidikmisi. Berdasarkan analisis dan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 3 indikator yaitu indikator sosial ketertarikan terhadap *affiliate marketing* muncul dari pengaruh lingkuan sekitar dan sosial media, indikator ekonomi, keterbatasan finansial menjadi faktor pendorong mahasiswa bidikmisi mencari alternatif pendapatan, indikator pendidikan, pendidikan penting untuk meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan potensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa bidikmisi memiliki persepsi positif terhadap *affiliate marketing* sebagai peluang untuk menambah penghasilan tanpa mengganggu aktifitas akademik. Namun terdapat juga kendala seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan kurangnya pemahaman digital marketing.

Kata kunci : Persepsi, Mahasiswa bidikmisi, *Affiliate marketing*

ABSTRACT

This study aims to determine the perception of Bidikmisi scholarship recipient students towards affiliate marketing in the Community Education Study Program, Sriwijaya University. The main focus of this study is how students view affiliate marketing as an alternative economic opportunity amidst socio-economic limitations and diverse educational backgrounds. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques are carried out through interviews, observations and documentation. The informants in this study were 6 students who came from Bidikmisi program recipient students. Based on the analysis and in this study, it can be concluded that from 3 indicators, namely social indicators of interest in affiliate marketing arise from the influence of the surrounding environment and social media, economic indicators, financial limitations are a driving factor for Bidikmisi students to seek alternative income, educational indicators, education is important to improve the ability to develop potential. The results of this study indicate that most Bidikmisi students have a positive perception of affiliate marketing as an opportunity to increase income without disrupting academic activities. However, there are also obstacles such as limited access to technology and lack of understanding of digital marketing.

Keywords : *Perception, Bidikmisi students, Affiliate marketing*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PRAKATA.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Persepsi.....	5
2.1.1 Pengertian Persepsi.....	5
2.1.2 Faktor Pengaruh Persepsi.....	6
2.1.3 Proses Terbentuknya Persepsi.....	6
2.1.4 Indikator Persepsi.....	7
2.2 Bidikmisi.....	8
2.3 Affiliate Marketing.....	9
2.3.1 Pengertian <i>Affiliate Marketing</i>	9
2.3.2 Cara Daftar Program Shopee <i>Affiliate Marketing</i>	11
2.3.3 Cara Kerja Program <i>Affiliate Marketing</i>	12
2.4 Minat Mahasiswa Terhadap <i>Affiliate Marketing</i>	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Lokasi Penelitian.....	18

3.3 Subjek Penelitian.....	18
3.4 Fokus Penelitian.....	19
3.5 Sumber Data.....	19
3.5.1 Data Primer.....	19
3.5.2 Data Sekunder.....	19
3.6 Pengumpulan Data.....	19
3.6.1 Wawancara.....	19
3.6.2 Observasi.....	20
3.6.3 Dokumentasi.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	20
3.8 Keabsahan Data.....	21
3.9 Instrumen Penelitian.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	24
4.1.1 Deskripsi Umum.....	24
4.1.2 Sejarah Singkat Pendidikan Masyarakat.....	25
4.1.3 Visi dan Misi.....	25
4.1.4 Mahasiswa Bidikmisi.....	26
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian.....	27
4.3 Hasil Penelitian.....	27
4.3.1 Sosial.....	27
4.3.2 Ekonomi.....	31
4.3.3 Pendidikan.....	35
4.4 Pembahasan.....	39
4.4.1 Sosial.....	39
4.4.2 Ekonomi.....	41
4.4.3 Pendidikan.....	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	49

DFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	22
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Bidikmisi.....	27
Tabel 4.2 Subjek Penelitian.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidikmisi atau Program Kartu Indonesia Pintar atau sering disingkat KIP Kuliah adalah program pemerintah yang memberikan akses pendidikan bagi mahasiswa dari keluarga kurang mampu, mahasiswa bidikmisi adalah mereka yang mendapatkan bantuan pendidikan dari pemerintah Indonesia untuk meringankan beban biaya pendidikan. Dukungan yang efektif dari pemerintah terhadap pendidikan, terutama untuk pendidikan perguruan tinggi memiliki dampak yang sangat luas. Program bidikmisi bertujuan untuk memberikan kesempatan yang lebih besar kepada para mahasiswa dari keluarga tidak mampu untuk mengenyam pendidikan tinggi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan akses pendidikan bagi mereka yang berpotensi namun terkendala biaya, sekaligus memberi kesempatan untuk memperbaiki taraf hidup mereka di masa depan (Yuliana, 2021).

Mahasiswa bidikmisi yang berasal dari keluarga kurang mampu seringkali menghadapi tantangan finansial dalam kehidupan sehari-hari dan biaya pendidikan. Dengan adanya program beasiswa bidikmisi dari pemerintah mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial dapat menempuh pendidikan secara gratis dan mendapatkan bantuan berupa uang saku untuk biaya hidup selama berkuliah. Uang biaya hidup yang didapatkan mahasiswa dikelola untuk kebutuhan hidup, kebutuhan pribadi dan kebutuhan kuliah semua mencakup kebutuhan selama persemesternya, dengan adanya keterbatasan finansial, mereka memutar otak mencari peluang usaha untuk mendapatkan sumber penghasilan tambahan memenuhi biaya hidup, usaha yang dicari berupa usaha sampingan yang tidak mengganggu waktu perkuliahan. *Affiliate marketing* dapat menjadi pilihan menarik bagi mahasiswa sebagai pekerjaan sampingan.

Di era sekarang mahasiswa lebih terhubung dengan teknologi dan internet, mereka sudah mengikuti perkembangan teknologi sehingga sudah terbiasa dengan kemajuannya, bahkan banyak dari mereka yang selalu

menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari seperti berbelanja online dan aktif di media sosial. Pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia bisnis digital semakin berkembang, dan mahasiswa memiliki potensi besar dalam mengadopsi model bisnis ini (Hadi & Prasetyo, 2020). Oleh karena itu tentunya mereka bisa dengan mudah mengenali konsep *affiliate marketing* yang beroperasi di platform digital seperti media sosial, blog, atau aplikasi berbasis *e-commerce*.

Affiliate Marketing adalah bentuk pemasaran dimana seseorang memperoleh komisi dengan mempromosikan produk atau layanan orang lain (Chaffey, 2019). *Affiliate marketing* menjadi model bisnis yang sudah populer dalam dunia digital di era sekarang, metode usaha pemasaran yang sudah populer terutama dikalangan generasi muda. Usaha digital ini memungkinkan individu untuk mendapatkan penghasilan dengan cara mempromosikan produk ke sosial media, blog dan situs web, dengan kemudahan akses dalam teknologi dan informasi, siapapun bisa menjadi *affiliate marketing*. Model bisnis digital ini menjadi salah satu alternatif bagi mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan tambahan tanpa mengganggu jadwal perkuliahan karena sistem kerjanya yang *fleksibel*, hal ini juga relevan bagi mahasiswa bidikmisi yang ingin mencari penghasilan tambahan tanpa modal yang besar.

Kondisi ekonomi mahasiswa bidikmisi menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi ketertarikan mereka terhadap *affiliate marketing*, mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial akan lebih termotivasi untuk mencari peluang tambahan guna memenuhi kebutuhan hidup mereka. Di Program Studi Pendidikan Masyarakat terdapat jumlah mahasiswa yang mendapatkan bantuan Program KIP Kuliah berjumlah 122 orang sebagai penerima program Bidikmisi, dengan jumlah penerima bantuan per angkatan sebagai berikut, Angkatan 2021 berjumlah 37 orang, Angkatan 2022 berjumlah 28 orang, Angkatan 2023 berjumlah 23 orang dan Angkatan 2024 berjumlah 34 orang. Data tersebut didapatkan dari Surat Keputusan Rektor Universitas Sriwijaya Tentang Penetapan Mahasiswa Penerima Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah Merdeka Tahun 2021, 2022, 2023 dan 2024.

Namun, meskipun peluang usaha pada *affiliate marketing* memiliki keuntungan yang cukup besar, tapi persepsi mahasiswa Bidikmisi terhadap bidang ini belum banyak yang tertarik, terutama di program studi Pendidikan Masyarakat. Menurut penelitian Yuliana (2022) meskipun ada peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan melalui *affiliate marketing*, banyak mahasiswa yang belum sepenuhnya memahami cara kerja dan potensi keuntungan yang diperoleh. Mereka juga cenderung memiliki keraguan mengenai efektivitas dan keberlanjutan dari bisnis *affiliate marketing* sebagai sumber keberhasilan jangka Panjang. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap *affiliate marketing*, seperti Tingkat pengetahuan mereka tentang pemasaran digital, lalu bagaimana mereka memandang potensi resiko dari usaha jenis ini. Menurut Kusumaningrum (2020), mahasiswa yang memiliki pengetahuan lebih tentang pemasaran digital cenderung lebih tertarik untuk terlibat dalam *affiliate marketing*. Program studi Pendidikan Masyarakat mempunyai fokus dalam menyiapkan mahasiswa agar dapat mengembangkan keterampilan yang dapat membantu masyarakat dalam berbagai bidang. Dalam konteks ini mahasiswa diharapkan mampu mengoptimalkan teknologi dalam membangun potensi ekonomi.

Melalui penelitian ini penting untuk menggali persepsi mahasiswa bidikmisi mengenai *affiliate marketing*, agar dapat mengembangkan potensi mereka. *Affiliate marketing* bukan hanya menjadi peluang ekonomi, tapi sebagai salah satu keterampilan yang dapat menunjang karier mereka di masa depan. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk melihat minat berwirausaha para anak bidikmisi serta menambah pengetahuan tentang *affiliate marketing* sebagai salah satu jenis usaha di era modern yang melalui media sosial. Oleh karena itu penelitian ini dihapkan memberi kontribusi yang berarti bagi pengembangan pendidikan tinggi dan membuka wawasan baru mengenai cara mengoptimalkan peluang bisnis ekonomi bagi mahasiswa.

Berlandaskan pada permasalahan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Bidikmisi**

Terhadap *Affiliate Marketing* Di Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Sriwijaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Mahasiswa Bidikmisi Terhadap *Affiliate Marketing* Di Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Sriwijaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa bidikmisi terhadap minat *affiliate marketing* di program studi pendidikan masyarakat universitas sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari permasalahan yang ada, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah kajian teoritis serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang persepsi mahasiswa bidikmisi terhadap *affiliate marketing*, serta memberikan pemahaman baru mengenai minat minat mahasiswa terhadap bisnis online.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberi informasi yang bermanfaat bagi pihak universitas sriwijaya, khususnya bagi Program Studi Pendidikan Masyarakat, dalam mendukung kegiatan pengembangan keterampilan dalam berwirausaha bagi mahasiswa, terutama di bidang pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, S. (2024). *The Evolution of Affiliate Marketing: New Models for New Times*. Oxford Press.
- Anisa, R., & Putri, M. D. (2023). *Motivasi Mahasiswa dalam Memanfaatkan Aplikasi Digital untuk Meningkatkan Penghasilan Tambahan*. Jurnal Ekonomi Digital, 5(1), 45–59.
- Fathur Rahman, *Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah*, Universitas Ibrahimy Situbondo, Vol.6 No. 1 April 2022 Hlm.29
- Fitriani, R. (2022). *Pengaruh Beasiswa Bidikmisi terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa di Universitas Negeri Padang*. Jurnal Ilmu Pendidikan, 18(2), 151-165.
- Hadi, S., & Prasetyo, E. (2020). *Pemasaran Afiliasi Sebagai Peluang Bisnis Digital Untuk Mahasiswa*. Jurnal Teknologi Bisnis, 7(2), 123-134.
- Hasanah, L., & Taufiq, M. (2024). *Peran Pendidikan Formal dalam Meningkatkan Keterampilan Digital Mahasiswa*. Jurnal Teknologi dan Pendidikan, 6(2), 101–115.
- Johnson, M. (2023). *Affiliate Marketing: The Modern Approach*. Cambridge University Press.
- Mangkoesebroto, W. (2022). *Pengelolaan Beasiswa Bidikmisi dalam Meningkatkan Akses Pendidikan Tinggi di Indonesia*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 8(1), 74-89.
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya
- Mulyani, R. (2021). *Pelatihan Digital Marketing untuk Mahasiswa: Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9(2), 88–97.
- Prabowo, Mardianto. (2020). *Persepsi Siswa Kelas Xii Terhadap Pembelajaran Daring Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Sman 1 Bintar Timur Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2020*. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta)
- Putri, A., & Saputra, R. (2020). *Analisis Persepsi Mahasiswa terhadap Affiliate Marketing sebagai Sumber Penghasilan Tambahan*. Jurnal Bisnis Online, 12(4), 201-212.

- Rahmadi, H. (2021). *Persepsi Mahasiswa terhadap Affiliate Marketing sebagai Sumber Pendapatan Tambahan*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 3(1), 15–23.
- Rahman, F. (2022). *Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 6(1)
- Sari, E. (2021). *Persepsi Mahasiswa Bidikmisi terhadap Peluang Affiliate Marketing di Universitas Negeri Semarang*. Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 15(2), n-130.
- Sari, N. P. (2022). *Penerapan Beasiswa Bidikmisi pada Mahasiswa di Universitas Surabaya: Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi*. Jurnal Ilmu Sosial, 21(3), 45-58.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsuddin, A., & Rahmawati, D. (2021). *Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa dalam Menjalankan Bisnis Digital*. Jurnal Komunikasi Digital, 7(1), 33–47.
- Website Universitas Sriwijaya <https://unsri.ac.id/mahasiswa/prodi/7c569912-fa48-4b93-8c16-1fc78969c337/2023> , diakses pada tanggal 10 Febuari 2024 pada jam 13.00 WIB
- Wijaya, F. (2019). *Motivasi Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi dalam Mengikuti Affiliate Marketing di Universitas Gadjah Mada*. Jurnal Ekonomi Digital, 7(3), 134-148.
- Williams, L. (2022). *A Comprehensive Guide to Affiliate Marketing*. Wiley.
- Wulandari, N. (2022). *Peran Lingkungan Sosial dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Psikologi Sosial, 4(3), 112–124.
- Yuliana, M. (2021). *Studi Tentang Persepsi Mahasiswa Terhadap Affiliate Marketing Sebagai Peluang Usaha*. Jurnal Ekonomi Digital, 10(2), 145-158.