

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

TUGAS AKHIR

ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM *MERCHANT* DAN AFFILIATOR ATAS KETIDAKSESUAIAN SPESIFIKASI PRODUK YANG DITERIMA KONSUMEN

(Studi Kasus Platform *E-Commerce Tiktok Shop Affiliate*)

**Oleh :
Ariel Kurniawan Saputra**

NIM. 202010110311182



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS HUKUM
2025**

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM MERCHANT DAN
AFFILIATOR ATAS KETIDAKSESUAIAN SPESIFIKASI PRODUK YANG
DITERIMA KONSUMEN (STUDI KASUS PLATFORM E-COMMERCE TIKTOK
SHOP AFFILIATE)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Program Studi Ilmu Hukum**



**Disusun oleh:
ARIEL KURNIAWAN SAPUTRA
NIM: 202010110311182**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2025**

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

SKRIPSI

Disusun oleh:

ARIEL KURNIAWAN SAPUTRA

202010110311182

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada, Selasa 23 Desember 2025

dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan

memperoleh gelar Sarjana Hukum

di Program Studi Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Malang

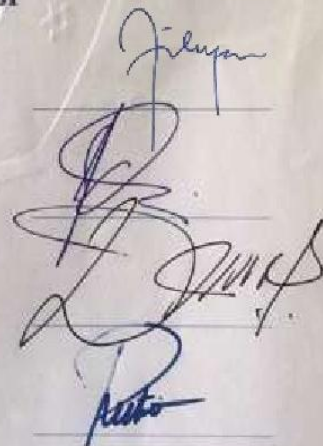
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. Fifik Wiryani, SH., M.Si., M.Hum

Sekretaris : Isdian Anggraeny, S.H., MKn

Penguji I : Dwi Ratna Indri Hapsari, SH., MH

Penguji II : Nur Putri Hidayah, A.Md., SH., MH



Handwritten signatures of the examiners and secretary, including the names Fifik Wiryani, Isdian Anggraeny, Dwi Ratna Indri Hapsari, and Nur Putri Hidayah.

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

**ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM MERCHANT DAN
AFFILIATOR ATAS KETIDAKSESUAIAN SPESIFIKASI PRODUK YANG
DITERIMA KONSUMEN (STUDI KASUS PLATFORM E-COMMERCE
TIKTOK SHOP AFFILIATE)**

Diajukan Oleh:

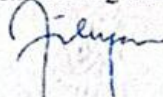
ARIEL KURNIAWAN SAPUTRA

202010110311182

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

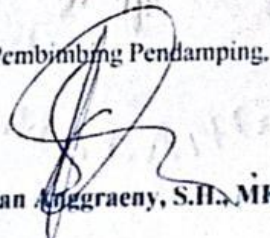
Pada, Selasa 23 Desember 2025

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Fifik Wiryani, SH., M.Si., M.Hum

Pembimbing Pendamping,



Isdian Abggraeny, S.H., MKn



kan,

Dr. Fifik Wiryani, SH., M.Hum

Ketua Program Studi,



Choltdah, SH., MH

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ARIEL KURNIAWAN SAPUTRA

NIM : 202010110311182

Jurusan : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

SKRIPSI dengan judul :

ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM MERCHANT DAN AFFILIATOR ATAS KETIDAKSESUAIAN SPESIFIKASI PRODUK YANG DITERIMA KONSUMEN (STUDI KASUS PLATFORM E-COMMERCE TIKTOK SHOP AFFILIATE)

Adalah karya saya dan dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.

1. Apabila ternyata dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI saya bersedia Skripsi ini DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, dan serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
2. Skripsi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

28 Januari 2026

Ariel Kurniawan Saputra

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

Ungkapan Pribadi :

Ikan berenang untuk hidup,
Harimau berburu untuk makan,
Saya kuliah untuk lulus.



Motto :

Nil sine magno labore vita dedit mortalibus

“Tanpa kerja keras, kehidupan tak memberikan apapun kepada manusia.”

ABSTRAKSI

- Nama** : Ariel Kurniawan Saputra
- NIM** : 202010110311182
- Judul** : *Analisis Pertanggungjawaban Hukum Merchant Dan Affiliator Atas Ketidaksesuaian Spesifikasi Produk Yang Diterima Konsumen (Studi Kasus Platform E-Commerce Tiktok Shop Affiliate)*
- Pembimbing** :
1. **Prof. Fifik Wiryani, SH.**
 2. **Isdian Anggraeny, SH., M.Kn**

Penelitian ini mengkaji permasalahan fragmentasi pertanggungjawaban hukum dalam ekosistem pemasaran afiliasi di *Tiktok Shop* ketika konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang dipromosikan. Kompleksitas hubungan tripartit antara konsumen, *merchant*, dan afiliator di platform *TikTok Shop* menimbulkan ketidakjelasan mengenai siapa yang harus memikul tanggung jawab atas kerugian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam pertanggungjawaban hukum yang melekat pada *merchant* dan afiliator dalam kasus ketidaksesuaian produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis dengan sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan konsumen yang dirugikan dan afiliator aktif, serta data sekunder berupa regulasi internal *Tiktok Shop* dan literatur hukum. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pertanggungjawaban *merchant* berakar pada hubungan kontraktual jual beli dan ditegakkan melalui mekanisme penyelesaian sengketa internal *Tiktok Shop* dengan prinsip tanggung jawab mutlak. Sebaliknya, pertanggungjawaban afiliator bersifat informasional, terikat pada kebenaran konten promosi yang disebarluaskan, dan penegakannya bersifat administratif melalui sistem poin pelanggaran oleh *Tiktok Shop*, tanpa memberikan kompensasi langsung kepada konsumen. Disimpulkan bahwa terjadi pemisahan tanggung jawab, yakni *merchant* bertanggung jawab atas produk, sedangkan afiliator bertanggung jawab atas informasi, yang menciptakan celah dalam perlindungan konsumen.

Kata kunci : Pertanggungjawaban Hukum; Pemasaran Afiliasi; Perlindungan Konsumen; Tik Tok Shop.

ABSTRACT

Name : Ariel Kurniawan Saputra
NIM : 202010110311182
Title : ***An Analysis of the Legal Liability of Merchants and Affiliates for Product Specification Non-Conformity (A Case Study of the TikTok Shop Affiliate E-commerce Platform)***
Adviser :
1. Prof. Fifik Wiryani, SH.
2. Isdian Anggraeny, SH., M.Kn

This research examines the fragmented legal accountability within the affiliate marketing ecosystem on social commerce Tiktok Shop when consumers receive products that do not match the promoted specifications. The complex tripartite relationship among consumers, merchants, and affiliates on the TikTok Shop platform creates ambiguity regarding who bears responsibility for consumer losses. This study aims to thoroughly analyze the legal liabilities of both merchants and affiliates in cases of product non-conformity. The research employs a sociological juridical approach, with primary data obtained from interviews with affected consumers and active affiliates, and secondary data from internal Tiktok Shop regulations and legal literature. The findings indicate that the merchant's liability is rooted in the contractual sales relationship and is enforced through the Tiktok Shop internal dispute resolution mechanism based on the principle of strict liability. Conversely, the affiliate's responsibility is informational, tied to the accuracy of their promotional content, and is enforced administratively through a violation points system by Tiktok Shop, which does not provide direct compensation to consumers. It is concluded that there is a separation of liability: the merchant is responsible for the product, while the affiliate is responsible for the information, creating a gap in consumer protection.

Keywords: *Legal Liability; Affiliate Marketing; Consumer Protection; TikTok Shop.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Pertanggungjawaban Hukum Merchant Dan Affiliator Atas Ketidaksesuaian Spesifikasi Produk Yang Diterima Konsumen (Studi Kasus Platform E-Commerce Tiktok Shop Affiliate)*”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Prof. Dr. Tongat, S.H., M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang
3. Ibu Cholidah, S.H., M.H. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Yohana Puspitasari Wardoyo, S.H., M.H dan Ibu Dwi Ratna Indri Hapsari, S.H, M.H Selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan, membimbing, memberikan masukan, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya selama perkuliahan.
6. Teristimewa kepada Kedua Orang Tua tersayang, Ayah Eko Budi Nurcahyono S.E dan Ibu Rofiatul Adawiyah yang selalu memberikan rasa kasih sayang, mendoakan, mendukung, memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moril dan materi. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan ke jenjang perkuliahan, Terimakasih selalu mendukung segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama kuliah di UMM dan memberikan cinta kasih sayang kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
7. Teruntuk Kakak Saya Roviyanto Budi Efendie dan adik saya Agil Pradibta Yuniansyah, Redo Agil Wijaya terimakasih selalu percaya kepada penulis. Kakak dan adik adalah penyemangat dan pengingat penulis selama ini terutama selama kuliah.
8. Kepada sahabat sekaligus saudara seperjuangan di dunia perkuliahan Dan kehidupan ini Ananda Chelvin Nurdiyanto, Krisna Naufal, Riego Alam Wiraputra, dan Dinar Wisnuwardhana terimakasih telah merwanai hari-hari selama masa perkuliahan dan perjuangan dari awal sampai saat ini, tempat berkeluh kesah, dan tempat bertukar pikiran semasa kuliah ini. terimakasih telah selalu memberikan bantuan, dukungan, dan menyemangati penulis, semoga kita bisa bertemu lagi di lain kesempatan dan akan tetap selalu seperti ini ya.

9. Untuk diri saya Ariel Kurniawan Saputra, terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dan ego dari tekanan yang besar. Yang tidak menyerah sesulit apapun itu rintangan dalam dunia perkuliahan, organisasi, pertemanan, maupun keluarga, yang mampu berdiri tegak di hantam berbagai masalah yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini adalah awal dari permulaan hidup, tetap semangat dan tetap hidup.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang membantu dalam berbagai hal sehingga penulis dapat melewati kesulitan kesulitan selama perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang.

Akhir kata, dengan kerendahan hati saya menyadari ketidaksempurnaan penyusunan skripsi ini, saya menerima kritik dan saran agar dapat memberikan manfaar bagi pengembangan ilmu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

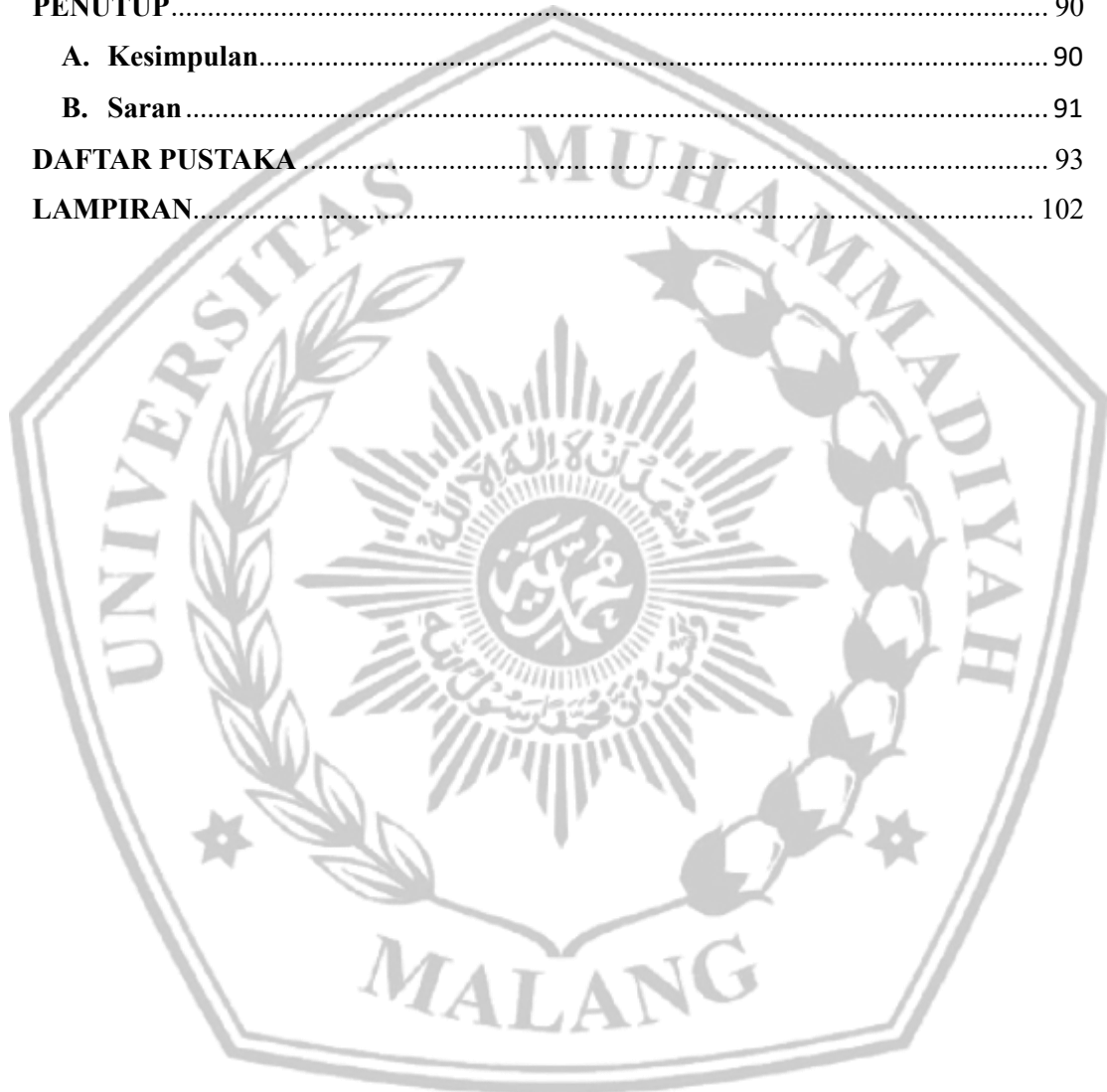
Malang, 10 Oktober 2025

Ariel Kurniawan Saputra

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	2
Ungkapan Pribadi :.....	5
ABSTRAKSI	6
<i>ABSTRACT</i>	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR LAMPIRAN	15
A. Latar Belakang.....	16
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Perumusan Masalah	32
D. Tujuan Penelitian.....	32
E. Manfaat Penelitian.....	33
F. Kegunaan Penelitian.....	35
G. Metode Penelitian	36
1. Pendekatan Penelitian.....	36
2. Lokasi Penelitian	37
3. Sumber Data	38
4. Teknik Pengumpulan Data	39
5. Analisis Data	41
H. Sistematika Penulisan.....	42
BAB II	45
TINJAUAN PUSTAKA	45
A. Tinjauan Teori Pertanggungjawaban Hukum	45
B. Tinjauan Media Sosial	52
C. Konsep Pemasaran Afiliasi	58
D. Konsep Pemasaran Afiliasi Menurut Hukum	62
BAB III.....	67
PEMBAHASAN	67
A. Ketentuan Afilior dan Kasus Ketidaksesuaian Spesifikasi Produk Yang Diterima Konsumen.....	67
1. Ketentuan Afilior di Platform TikTok Shop	67

2. Kasus Ketidaksesuaian Spesifikasi Produk Yang Diterima Konsumen	69
B. Analisis Pertanggungjawaban Hukum Berdasarkan Regulasi Internal TikTok Shop.....	74
1. Pertanggungjawaban Hukum <i>Merchant</i> atas Ketidaksesuaian Produk	74
2. Pertanggungjawaban Hukum Afiliator atas Ketidaksesuaian Produk	83
BAB IV	90
PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Jenis Program Afiliasi Tiktok Shop 68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu..... 23



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Data Wawancara dengan Korban.....	102
2. Lampiran Data Wawancara dengan narasumber afiliator aktif.....	106
3. Lampiran Dokumentasi Wawancara dengan Korban.....	109
4. Lampiran Dokumentasi Wawancara dengan Afiliator	109
5. Lampiran Dokumentasi Kemeja yang tidak sesuai.....	109
6. Lampiran Chat DM dengan Afiliator	110
7. Lampiran Chat DM dengan Merchant	110



DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Muhammad Ihsan, and Rosa Agustina. "Analisis Perbedaan Prinsip Kesalahan Dan Implikasinya Terhadap Analisis Perbedaan Prinsip Kesalahan Dan Implikasinya Terhadap Tanggung Jawab Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Studi Tanggung Jawab Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Studi Komparatif Antara Hukum I." *Lex Patrimonium* 3, no. 1 (2024).

Adriana, Yola, and Syaefulloh. "Pengaruh Influencer Marketing Dan Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Online Customer Review Tas Perempuan Di Shopee Affiliate (Studi Kasus Pada Gen Z Di Kota Pekanbaru)." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 6 (2023).

Afandi, Ahmad, Syahrul Amsari, Isra Hayati, Syahrani Devi, and Fachrul Rozi Lubis. "Affiliate Marketing Business Model Education in Promoting Keloria Products." *COMMUNITY EMPOWERMENT* 7, no. 11 (2022).

Anggraeni, Rika. "Kejahatan Siber Merajalela, Ada 572.185 Fraud Mayoritas Di E-Commerce." *Teknologi.Bisnis.Com*, 2024.

Arianto, Bambang. "Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Pandeglang." *Journal of Digital Business and Innovation Management* 1, no. 2 (2022).

Arifqi, Moh. Musfiq, and Dedi Junaedi. "Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3, no. 2 (2021).

<https://doi.org/https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>.

Aripradono, Heru Wijayanto. "Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram." *TEKNIKA* 9, no. 2 (2020).
<https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>.

Asrofi, Muchtar Hasan. "Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Marketplace Atas Kerugian Pembeli Yang Mendapat Barang Palsu Dari Pedagang (Merchant) Di Marketplace." UNIVERSITAS GADJAH MADA, 2022.

Aulia, Eza. "Studi Komparatif Mekanisme Pertanggungjawaban Presiden Republik Indonesia Sebelum Dan Sesudah Amendemen UUD 1945." *Jurnal Ius Civile* 2, no. 1 (2018): 38.

Briggs, Asa, and Peter Burke. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2006.

ecomobi.com. "Kebijakan Livestream Tiktok: Peraturan Mendasar Untuk Konten Kreator." ecomobi.com, 2025.

Fitriyani, Nur, and Moh. Mukhsin. "Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-Commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak* 1, no. 3 (2024).

Friska Adelina Sembiring, Erwin Permana, Sri Widyastuti, and Efriyanto Efriyanto. "Strategi Pemasaran Affiliate Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion JINISO." *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (2025).

Harahap, Yuli Awanda, and Hasan Sazali. "Digital Marketing Tiktok Affiliate Pada Pemasaran Produk Fashion." *RANAH RESEARCH* 6, no. 5 (2024).
<https://doi.org/https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5>.

Harisandi, Prasetyo. *Buku Ajar Media Sosial*. Bekasi: Penerbit Alungcipta, 2025.

Hidayah, Nurul, Nindya Kartika Kusmayati, and Anita Kartika Sari. "Pengaruh Content Marketing Serta Affiliate Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan." *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 2 (2025).

Hidayanto, Nur Jantra, Fazl Mawla Febrian, Farel Dwiki, and Sulastri Sulastri. "Analisis Konsep Perjanjian (NOOMINAT) Bernama Dalam Perspektif Hukum Perdata." *Media Hukum Indonesia* 2, no. 4 (2024).

Kurniawan, Kukuh Dwi, and Dwi Ratna Indri Hapsari. "Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Menurut Vicarious Liability Theory." *JH Ius Quia Iustum* 29, no. 2 (2022): 338.

Mansyuroh, Firqah Annajiyah, and Nur Yudha Ibrahim. "Affiliates in The Era of Social Commerce: A Comparative Review of Indonesian Law and Islamic Law." *Al Adl* 17, no. 1 (2025).

Misra, Isra, Zakiah, and Enriko Tedja Sukmana. "Mekanisme Bagi Hasil Pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021).

Mukti Fajar, N D, and Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif &*

Empiris. Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010.

https://books.google.com/books/about/Dualisme_penelitian_hukum.html?hl=id&id=M-jWSAAACAAJ.

Nafisa, Fitria Dewi, Firda Qotrunnada, and Ahmad Bastomi. *Konsep Jual Beli Dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian*. Gresik: Penerbit Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2023.

Niasari, Putri, Sanusi, and Dahlan. "Unsur Perbuatan Melawan Hukum Dalam Kasus Pembuatan Akta Pendirian Yayasan Oleh Notaris (Studi Putusan Pengadilan Tinggi Aceh Nomor: 95/Pdt/2019. Pt. Bna)." *Diversi Jurnal Hukum* 7, no. 2 (2021): 201–3.

Nitami, Lambok Indri. "Perkembangan Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia Tahun 2000-Sekarang." *Kala Manca: Jurnal Pendidikan Sejarah* 11, no. 2 (2023).

Nurdin, Difa Restiti, and Risky Amalia. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021).

ordal.co.id. "Cara Menghilangkan Poin Pelanggaran TikTok Shop, Terbukti Berhasil!" ordal.co.id, 2025.

———. "Pelanggaran Live TikTok: Jenis, Cara Melihat, Dan Tips Menghindarinya." ordal.co.id, 2025.

Puspitasari, Rena. "Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce Pada Media Sosial

Terhadap Minat Beli Mahasiswa.” *International Journal Administration Business and Organization* 4, no. 2 (2023): 2–3.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>.

Putri, Khaira Ummah Junaedi. “Pengguna E-Commerce Indonesia Diprediksi Naik 11,2 Persen Pada 2025.” *Id.Techinasia.Com*, 2025.

Putriyana, Nia, and Shintiya Dwi Puspita. “Tanggungjawab Hukum Dalam Konteks Perbuatan Melawan Hukum Terhadap Tindak Pidana Korupsi.” *Arena Hukum* 7, no. 3 (2014): 427.

Qadir, Abdul, and M. Ramli. “Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya).” *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 6 (2024).

Rafiq, A. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat.” *Global Komunika* 3, no. 1 (2020).

Ruhaeni, Neni. “Perkembangan Prinsip Tanggung Jawab (Bases Of Liability) Dalam Hukum Internasional Dan Implikasinya Terhadap Kegiatan Keruangankasaan.” *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 21, no. 3 (2014): 337.

Russel, Bertrand. *Apa Yang Aku Yakini*. Circa, 2019.

Seller Center Academy. “Persyaratan & Pedoman Aplikasi - Menjadi Kreator TikTok Shop by Tokopedia,” 2025.

Shidarta. “Teori Timbulnya Perjanjian Dalam Transaksi Konsumen Elektronik.” *Jurnal RechtsVinding* 12, no. 2 (2023).

Siagian, Fahrizal S., Geofani Milthree Saragih, and Frans Maruli Silaban.

“Implementasi Konsep Straight Liability Dan Liability Based On Fault Dalam Pembangunan Ekonomi Yang Berwawasan Lingkungan Hidup Di Indonesia.”

Justices: Journal of Law 3, no. 3 (2024): 193.

Siagian, Theresia Mastiur Ningsih. “Strategi Pemasaran Affiliate Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Online.” *Jurnal Administrasi Modern (JABM)* 1, no. 2 (2025).

Sinaga, Rapen A.M.S, Gindo L Tobing, and Wiwik Sri Widiarty. “Perbuatan Melawan Hukum Oleh Pemerintah Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Di Lingkungan Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (Studi Kasus Putusan PTUN Medan Nomor: 4/P/FP/2020/PTUN-MDN Dan Putusan PN Medan Nomor: 465/Pdt.G/2020/PN Mdn).” *Jurnal Cahaya Mandalika* 5, no. 1 (2024).

Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Pres. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007.

Sudiro, Ahmad. “Konsep Keadilan Dan Sistem Tanggung Jawab Keperdataan Dalam Hukum Udara.” *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 9, no. 3 (2012): 445.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suryana, Popo. “Affiliate Marketing: Marketing Strategy to Increase Online Sales.” *Journal Arbitration: Economy, Management and Accounting* 1, no. 2 (2023): 135–42.

Syapitri, Henny, Amila, and Juneris Aritonang. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*. Edited by Aurora Hawa Nadana. Malang: Ahlimedia Press, 2021.

Tahalea, Hensly Daniel, Nancy Silvana Haliwela, Muchtar Anshari Hamid, and Labetubun. "Pertanggungjawaban Afiliator Atas Kerugian Customer Social Commerce." *Tatohi* 4, no. 10 (2024): 831.

Tan, David. "Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 8 (2021): 2463–78.

TikTok for Business. "Partner Tiers," n.d.

TikTok Shop. Shop Terms of Use and Sale (2025).

TikTok Shop Academy. After-Sale Dispute Escalation Handling Guidelines (2025).

———. Appeal Guidelines for IPR Penalties (2025).

———. New Creators' Guide to Common Content Violations (2025).

———. Online Agreement Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop (2025).

———. Pedoman Layanan Pelanggan untuk Penjual TikTok Shop by Tokopedia (2025).

———. Pedoman Pendaftaran Produk (2025).

———. Shop Logistics Terms (2025).

———. Significantly Not As Described (SNAD) (2025).

———. Significantly Not As Described (SNAD) Item Guidelines (2025).

———. TikTok Account Health (2025).

———. TikTok Shop by Tokopedia Content Policy (2025).

———. TikTok Shop by Tokopedia Customer Order Shipping Guidelines (2025).

———. TikTok Shop by Tokopedia Seller Performance Evaluation Policy (2025).

Twitchett, Richard J. “The Palaeoclimatology, Palaeoecology and Palaeoenvironmental Analysis of Mass Extinction Events.” *Palaeogeography, Palaeoclimatology, Palaeoecology* 232, no. 2–4 (2006).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.palaeo.2005.05.019>.

Umagapi, Darman, and Arisandy Ambarita. “Sistem Informasi Geografis Wisata Bahari Pada Dinas Pariwisata Kota Ternate.” *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO-Ilmu Komputer & Informatika* 1, no. 2 (2018): 59–69.

Wahyuni, Fitri. *DASAR-DASAR HUKUM PIDANA DI INDONESIA*. Edited by M Rizqi Azmi. 1st ed. Tangerang Selatan: PT. Nusantara Persada Utama, 2017.

Wibisana, Andri Gunawan. “Undang-Undang Cipta Kerja Dan Strict Liability.” *Bina Hukum Lingkungan* 5, no. 3 (2021).

Wignjosoebroto, Soetandyo. *Hukum: Paradigma, Metode, Dan Dinamika Masalahnya*. Jakarta: Elsam, 2002.

Wiradipradja, E. Saedullah. *Hukum Transportasi Udara: Dari Warsawa 1929 Ke Montreal 1999*. Bandung: Kiblat Buku Utama, 2022.

Yetti, Miftahul Haq, and Dedy Felandry. “Prinsip Strict Liability Pelaku Usaha

202010110311182
Ariel Kurniawan Saputra
Ilmu Hukum

Dalam Rangka Mewujudka Asas Keadilan Dan Kepastian Hukum Bagi
Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen.” *Jotika Research in Business Law* 3, no. 2 (2024).

Yin, Robert K. *STUDI KASUS Desain Dan Metode*. Jakarta: Penerbit Adab CV.
Adanu Abimata, 2023.



SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cholidah, SH., MH
Jabatan : Ka. Prodi Hukum- Fakultas Hukum

Dengan ini menerangkan, nama tersebut di bawah ini :

Nama : Ariel Kurniawan Saputra
Nim : 202010110311182

LOLOS
PLAGIASI

Dengan Judul Skripsi :

" ANALISIS PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM MERCHANT DAN AFFILIATOR ATAS KETIDAKSESUAIAN SPESIFIKASI PRODUK YANG DITERIMA KONSUMEN (Studi Kasus Platform E-Commerce Tiktok Shop Affiliate)"

Sudah melakukan cek plagiasi dan dinyatakan telah **BEBAS PLAGIASI.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Januari 2026



Cholidah, SH., MH
Cholidah, SH., MH
Ka. Prodi Hukum