

DAFTAR PUSTAKA

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v3i1.607>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Impulsive buying berbelanja online pada mahasiswi ditinjau dari kecerdasan emosional. *Jurnal Impliah Multi Disiplin Indonesia*, 1(7), 890–896.
- Almasyhari, A. K., Sukesti, F., Priatnasari, Y., & Gita Ismi Fauziah. (2024). Edukasi Masyarakat Dalam Mengenali Impulsive Buying Di Era Digital Ekonomi. *Jurnal Abdikaryasakti*, 4(2), 165–182. <https://doi.org/10.25105/v4i2.20170>
- Amriwan, A., Mahmud, I., Ananda Salsabila, R., & Anisa, N. (2024). Strategi Konten Kreator dalam Mengoptimalkan Pendapatan Melalui Youtube Shopee Affiliate. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 6(2), 221–230. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v6i2.634>
- Andanika, A., Echdar, S., & Sjarlis, S. (2020). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Pelaku Bisnis Ibu Rumah Tangga Di Desa Tawundu Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 82–91. <https://doi.org/10.37476/jbk.v9i1.872>
- Anggraeni, R. N., Jurana, J., Febrianti, D., Haryani, S., Marwana, M., & Raheni, C. (2022). Application of Household Accounting in Improving Islamic Life (Survey of Housewives on Jl Puro). *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 4(3), 168–172. <https://doi.org/10.56338/ijhess.v4i3.2603>
- Annisa, A., Triani, N., & Bustang, B. (2025). Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Daya Saing*, 11(2), 462–468. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2263>
- Aprilia, L. (2020). *Pengaruh Pendapatan Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Rumah Tangga Miskin Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah)*. UIN Raden Intan Lampung.

- Azhari, F. (2022). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Kampung Banyusuci Bogor. *An Nuqud*, 1(1), 33–40. <https://doi.org/10.51192/annuqud.v1i1.382>
- Bahrah, E. N., & Fachira, I. (2021). the Influence of E-Commerce' Marketing on Impulsive Buying Behaviour. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 349–361. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39023>
- Balqis, S. S., & Mustofa, A. A. (2023). Analisis Program Tiktok dan Shopee Affiliate Perspektif Masalah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3581. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10878>
- Chen, S., Liu, W., Song, H., & Zhang, Q. (2022). The Effects of E-commerce on Rural Household Income: Evidence and Mechanism. *SSRN 4174845*, (June). <https://doi.org/Chen, Shiyi and Liu, Wanlin and Song, Hong and 张, 庆, The Effects of E-Commerce on Rural Household Income: Evidence and Mechanism. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=4174845> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4174845>
- Cuendista, T. M., & Purnamasari, D. (2023). Shopee Affiliate Viral Marketing Potential as a Promotional Media. ... *of International E ...*, 1(March).
- Daenara, A., & Bisma, R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Monetisasi di Tiktok (Studi Kasus Pengguna Tiktok di Indonesia). *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 04(02), 181–191.
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 11–18.
- Dayanti, R. (2024). *The Effect of Affiliate Marketing on Impulse Buying* (Number Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_81
- Devega, M., & Nyoto, R. L. V. (2024). Optimalisasi Affiliate Marketing Sebagai Peluang Bisnis Bagi Generasi Milenial. *J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service*, 4(2), 175–185.
- Evelina, A. Q., & Abidin, F. I. N. (2022). The Role of Accounting in Family Financial Management Strategies in the COVID-19 Era. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 17(2), 1–11.
- Fadilah, S. J., & Purwanto, E. (2022). Pengaruh Locus of Control, Perencanaan dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1476–1488.

- Fauzi, A., Wahyudi, A. S., Fizikri, B. Al, Danu, J., Sari, R. N., Habibah, S., Febianti, V., & Yuliani, Z. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Shopee. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 1(11), 388–396.
- Fitria, D. F., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Flash Sale, Discount Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna Shopee Di Soloraya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 712–723.
- Firellsya, G., Kembau, A. S., Bernanda, D. Y., & Christin, L. (2024). Tren belanja online wanita Gen-Z: Eksplorasi faktor-faktor di balik dominasi wanita Gen-Z pada platform Shopee menggunakan model UTAUT2. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 184-196.
- Fitriah, E., Sofianty, D., Iss, A., Nurcholisah, K., & Fadilah, S. (2025). Pelatihan Shopee Affiliate Dan Perolehan Komisi Sebagai Keuntungan Bagi Pensiunan Unisba. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 590–596. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.221>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*, 290.
- Hadi, N. S., & Andhaniwati, E. (2022). Pengaruh persepsi mobile banking terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 166–181.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Affiliate Marketing dan Peningkatan Pendapatan Afiliator. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3241. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2635>
- Husna, F. (2023). Peran Afiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 299–306.
- Idrus, M. (2021). Fenomenologi Akuntansi Rumah Tangga (Studi Kasus Pada Keluarga Di Desa Kading Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone). *Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal*, 2(2), 112–125. <https://doi.org/10.47354/aaos.v2i2.268>
- Iskandar, S. A. (2022). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Impulse Buying pada E-commerce Shopee di Jakarta*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

- Jamal, H., Haeruddin, H., & Ahmad, I. (2023). Dampak Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan (The Impact of Financial Literacy and Financial Attitude on Financial Behavior). *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 30(2). <https://doi.org/10.35606/jabm.v30i2.1277>
- Jonathan, N., & Setyawan, I. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion dan Financial Behaviour Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 891–898.
- Joo, S. H., & Grable, J. E. (2004). An Exploratory Framework of the Determinants of Financial Satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 25–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/b:jeei.0000016722.37994.9f>
- Kadarsih, K., Pujiyanto, D., & Safaruddin, S. (2024). *Pelatihan Menghasilkan Uang Secara Online dengan Bisnis Afiliasi untuk Siswa Magang SMK di Kampus Universitas Mahakarya Asia Training*. 2(1), 252–261.
- Kemal, Worokinasih Saparila, &, & Darmawan Ari. (2020). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial Behavior Pada Youth Entrepreneur Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Ekosistem Strat p), 140.
- Khoirul, A. (2023). *Shopee Affiliate Program Juara Riset Snapchart*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230714100112-37-454277/shopee-affiliate-program-juarai-riset-snapchart>
- Kurohman, F. D., & Riva'i, A. R. (2023). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 465–473.
- Lim, R. C., & Pamungkas, A. S. (2023). Pengaruh Financial Behavior, Financial Knowledge, dan Financial Strain Terhadap Financial Satisfaction. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 38–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22511>
- Luo, X., & Niu, C. (2019). E-Commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages. In *E-Commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages* (Number April). <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8811>
- Mahapatra, M. S., & Mishra, R. (2020). Behavioral influence and financial decision of individuals: A study on mental accounting process among Indian households. *Cogent Economics and Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1827762>

- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). SemPLS: Structural equation modeling using partial least squares. *Journal of Statistical Software* May, 48(3), 1–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.18637/jss.v048.i03>
- Mulyani, & Budiman. (2020). Pentingnya Akuntansi Rumah Tangga dalam Meningkatkan Hidup Islami mulyani budiman. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 206–216.
- Mulyani, M., Yunita, K., & Ginting, R. (2024). Household Accounting: Benarkah Mencegah Family Disharmony? *Journal of Applied Managerial Accounting*, 8(1), 131–145. <https://doi.org/10.30871/jama.v8i1.7371>
- Nazmi, H., Siregar, M., Nasution, S. A., Teng, S. H., Dini, S., Astuti, F., Anggono, A., & Ginting, W. A. (2024). Peran Akuntansi Rumah Tangga dalam Manajemen Keuangan Keluarga. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2236–2240.
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Nguyen, H. P., Mai, H. T. A., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *Heliyon*, 10(15), e35743. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35743>
- Noersabila, E. L., Ardiansyah, A., & Witantra, A. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (JIKa)*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.30656/jika.v3i2.6336>
- Pasaribu, S., & Radikun, T. B. S. (2021). Penerapan Teori Perilaku Terencana dalam Pengambilan Keputusan Etis. *Psychocentrum Review*, 3(2), 164–173. <https://doi.org/10.26539/pcr.32640>
- Pranggabayu, B., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmosphere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 951–966. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.112>
- Prihatiningsih, D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Qori, D. El. (2024). Implementasi Akad Jualah dalam Program Shopee Affiliate. *El-Sahm: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(01), 69–83.
- Rahayuningsih, S., & Prihastuty, D. R. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Wilayah Kelurahan Margorejo). *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 27–44. <https://doi.org/10.30996/jem17.v6i1.5274>

- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti, N., & Swantari, A. (2021). Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Dan Pengeluaran Rumah Tangga Terhadap Stabilitas Keuangan Rumah Tangga Pada Pelaku Wirausaha Di Obyek Wisata Danau Cipondoh. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 25–34.
- Ratnawati, T., Nugroho, M., Soare, J., Gusmao, C., Riyani, D., Kuay, F. R., Loe, D. B., Nicolau, F., & Barbosa, B. (2023). Analysis of Household Financial Behavior in Indonesia and Timor Leste. *International Journal Of Social Science Humanity & Management Research*, 2(12), 1169–1181. <https://doi.org/10.58806/ijsshmr.2023.v2i12n05>
- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023). Hubungan Impulsive Buying dengan Perilaku Berhutang pada Pengguna Pinjaman Online. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3655–3664.
- Rozzaki, A. D., & Yuliati, Y. (2022). Urgensi Penerapan Akuntansi Rumah Tangga Masa Pandemi Covid-19. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 6(1), 69–82. <https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.601>
- Saenong, B., Suleman, U., & Rahman, U. (2025). Penelitian Korelasional Dan Kausalitas: Pengertian, Proses Dasar, Ragam, Dan Desain Penelitian Korelasional, Analisis Dan Interpretasi Data. *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2(3), 1732–1742.
- Sari, J. H., & Ingtias, E. N. (2024). Bisnis Online Program Affiliate dan Reseller Bagi Ibu Rumah Tangga yang Menjanjikan. *Merdeka Indonesia Journal International*, 4(1), 304–310.
- Savitri, N. V., Widayati, I., & Sugiyanto, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 231–246.
- Schamberger, T., Schuberth, F., Henseler, J., & Dijkstra, T. K. (2020). Robust partial least squares path modeling. *Behaviormetrika*, 47(1), 307–334. <https://doi.org/10.1007/s41237-019-00088-2>
- Sholihah, R. A., Nurani, S., & Mubarak, M. S. (2023). Akuntansi Kesalingan: Rekonstruksi Akuntansi Rumah Tangga Perspektif Mubadalah. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 8(2), 63–76. <https://doi.org/10.34202/imanensi.8.2.2023.63-76>
- Shopee. (2024). *Shopee Affiliate Program*. Shopee. <https://shopee.co.id/m/affiliates>
- Sihombing, D. O., & Sukati, I. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Life Style, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 754–766. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.610>
- Silaya, M. A., Persulesy, G., Purimahua, S. Y., & Hiariej, N. (2019). *Self-Control Analysis of Financial Expenditure in Managing Christian*

- Household Finance A study on housewives, Member of GPM Silo Ambon City*. 187(Icrpc 2018), 94–97. <https://doi.org/10.2991/icrpc-18.2019.17>
- Simanjuntak, A. T., & Badrudin, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Pembelian Kembali Konsumen Shopee Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 35(3), 173-191.
- Sina, P. G. (2020). Ekonomi Rumah Tangga di Era Pandemi Covid-19. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2), 239–254.
- Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1), 115-128.
- Suarni, A., & Sawal, A. R. (2020). Peran Akuntansi Dalam Rumah Tangga Dan Penerapan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Secara Islami di Masa Pandemi Covid-19. *Assets*, 10(2), 110–129.
- Sui, L., Sun, L., & Geyfman, V. (2021). An assessment of the effects of mental accounting on overspending behaviour: An empirical study. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 221–234. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12613>
- Sukrianto, S., & Lakoro, F. S. (2022). Penerapan Akuntansi Rumah Tangga Sebelum Dan Setelah Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 570–593.
- Sulthonuddin, B. H., & Rahayu, N. (2024). Prespektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Sistem Afiliasi Pada Marketplace Shopee. *JHESY: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v3i1.699>
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian Impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business & Banking*, 11(2), 251–270. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>
- Waluya, A. P., Azizah, A. N., Ainina, D. W., Agasi, M. R., & Maesaroh, S. S. (2024). Pengaruh Engagement, Review Produk, dan Kualitas Konten Terhadap Tingkat Pendapatan Shopee Affiliator. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 10706–10717. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11351>

- Wibowo, V. A. S., Wardani, P., & Wijanarko, T. A. (2023). Akuntansi Rumah Tangga Pada Dosen Vokasi Akuntansi. *J-AKSI: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 130–142.
- Xu, S., Yang, Z., Ali, S. T., Li, Y., & Cui, J. (2022). Does Financial Literacy Affect Household Financial Behavior? The Role of Limited Attention. *Frontiers in Psychology*, 13(June), 1–23. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.906153>
- Yani, A., & Purwanti, L. (2024). Optimizing Family Financial Stability Through Islamic Household Accounting Practices : A Literature Review. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(5), 1721–1732. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i5.8818>
- Yanti, I., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. S. A. (2023). Peran Shopee Affiliate Terhadap Peluang Kerja. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(1), 23–26. <https://doi.org/10.47233/jemb.v1i1.449>
- Yusri, E. S. (2023). *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan Anak, Gender, dan Financial Knowledge Terhadap Akuntansi Rumah Tangga di Kelurahan Purbosuman Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Zulaihati, S., & Widyastuti, U. (2020). Determinants of consumer financial behavior: Evidence from households in Indonesia. *Accounting*, 6(7), 1193–1198. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.008>