

**PENGARUH PENDAPATAN *AFFILIATOR* DARI *SHOPEE AFFILIATE*  
*PROGRAM* DAN *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP AKUNTANSI  
RUMAH TANGGA YANG DIMODERASI OLEH *FINANCIAL BEHAVIOR***

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Magister Akuntansi**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER AKUNTANSI**



Diajukan Oleh:

ALFIN ARDILLA

NPM: 22062020004

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PENDAPATAN AFFILIATOR DARI SHOPEE AFFILIATE  
PROGRAM DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP AKUNTANSI  
RUMAH TANGGA YANG DIMODERASI OLEH FINANCIAL BEHAVIOR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**ALFIN ARDILLA**  
NPM: 22062020004

Telah dipertahankan di depan Penguji  
Pada tanggal 6 Juli 2026 dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diterima

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing I

Ketua Dewan Penguji

**Prof. Dr. Dwi Suhartini, M.Ak., CMA.**

**Prof. Dr. Indrawati Yuhertiana,**  
**S.E., M.M., Ak., CA, CMA**

NIP. 196812151994032001

NIP. 196610171993032001

Pembimbing II

Anggota Dewan Penguji

**Dr. Dra. Ec. Erna Sulistyowati, M.M., CIBA.,**  
**CBV.**  
NIP. 196702041992032001

**Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si.,**  
**CFRA, CBV., CMA.**  
NIP. 196403191992032001

Surabaya, 6 Juli 2026  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran  
Jawa Timur Program Magister Akuntansi  
Dekan

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.**  
NIP: 196304201991032001

## HALAMAN PERUNTUKAN

Tesis ini diperuntukkan kepada:  
Papaku tercinta, Alm. H. Agus Susantoro,  
Mamaku tercinta, Hj. Siti Nurjanah,  
Suamiku tercinta, Rony Yuli Suryanto,  
Anakku tercinta, Elmiradiba Mediraya,  
serta diriku sendiri, Alfin Ardilla.

## PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tesis 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, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 6 Juli 2026



Alfin Ardilla

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kasih atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal Tesis yang berjudul "Pengaruh Pendapatan *Affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* Terhadap Akuntansi Rumah Tangga yang Dimoderasi oleh *Financial Behavior*". Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Prof. Dr. Dwi Suhartini, M.Aks., CMA., CRA., CRP, selaku Pembimbing I., serta Ibu Dr. Dra, Ec. Erna Sulistyowati, M.M., CIBA., CBV., selaku Pembimbing II. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya  
Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
3. Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa  
Timur Ibu Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CFA., CBV., CMA
4. Ketua Program Studi Magister Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur Ibu Dr. Dra. Ec. Siti Sundari, M.Si
5. Seluruh dosen Magister Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur
6. Keluarga tercinta, Kedua orang tua, Alm. Bapak Agus Susantoro dan Ibu Siti  
Nurjanah, Suami Rony Yuli Suryanto, dan Anakku Elmiradiba Mediraya
7. Rekan-rekan Magister Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur angkatan tahun 2022.

Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini masih jauh dari sempurna. Namun demikian penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam membangun keilmuan, masyarakat, bangsa dan negara.

Surabaya, 6 Juli 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                                                            |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                                                   | ii   |
| HALAMAN PERUNTUKAN .....                                                                                   | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....                                                                         | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                       | v    |
| DAFTAR ISI .....                                                                                           | vi   |
| DAFTAR TABEL .....                                                                                         | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                        | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                                                      | xii  |
| ABSTRAK .....                                                                                              | xiii |
| ABSTRACT.....                                                                                              | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                                                    | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                                   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                                                   | 10   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                                                | 11   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                                               | 11   |
| BAB II TELAAH PUSTAKA.....                                                                                 | 13   |
| 2.1 Review Penelitian Sebelumnya .....                                                                     | 13   |
| 2.2 Landasan Teori / Pustaka .....                                                                         | 17   |
| 2.2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (Teori Perilaku Terencana)<br>.....                               | 17   |
| 2.2.2 Pendapatan .....                                                                                     | 18   |
| 2.2.3 <i>Shopee Affiliate Program</i> .....                                                                | 19   |
| 2.2.4 Affiliator .....                                                                                     | 21   |
| 2.2.5 Akuntansi Rumah Tangga .....                                                                         | 22   |
| 2.2.6 <i>Impulsive Buying</i> .....                                                                        | 24   |
| 2.2.7 <i>Financial Behavior</i> .....                                                                      | 26   |
| 2.3 Kerangka Penelitian .....                                                                              | 27   |
| 2.4 Hipotesis.....                                                                                         | 29   |
| 2.4.1 Pendapatan dari <i>Shopee Affiliate Program</i> Berpengaruh<br>Terhadap Akuntansi Rumah Tangga ..... | 30   |
| 2.4.2 <i>Impulsive Buying</i> Berpengaruh Terhadap Akuntansi Rumah<br>Tangga.....                          | 33   |

|                                                                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.3 Pendapatan <i>affiliate</i> dari <i>Shopee Affiliate Program</i><br>Berpengaruh Terhadap Akuntansi Rumah Tangga yang<br>Dimoderasi oleh <i>Financial Behavior</i> ..... | 35 |
| 2.4.4 <i>Impulsive Buying</i> Berpengaruh Terhadap Akuntansi Rumah<br>Tangga yang Dimoderasi oleh <i>Financial Behavior</i> .....                                             | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                                                                                                                               | 42 |
| 3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....                                                                                                                                          | 42 |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                                                                                                                        | 42 |
| 3.2.1 Variabel Independen (X).....                                                                                                                                            | 42 |
| 3.2.1.1 Pendapatan <i>Affiliator</i> dari <i>Shopee Affiliate Program</i><br>(X1) .....                                                                                       | 42 |
| 3.2.1.2 <i>Impulsive Buying</i> (X2) .....                                                                                                                                    | 43 |
| 3.2.2 Variabel Dependen (Y) .....                                                                                                                                             | 44 |
| 3.2.2.1 Akuntansi Rumah Tangga (Y) .....                                                                                                                                      | 44 |
| 3.2.3 Variabel Moderasi (Z) .....                                                                                                                                             | 44 |
| 3.2.3.1 <i>Financial Behaviour</i> (Z) .....                                                                                                                                  | 44 |
| 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....                                                                                                                                         | 45 |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                                                                                                                                 | 45 |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                                                                                                                                | 48 |
| 3.5.1 Statistik Deskriptif .....                                                                                                                                              | 48 |
| 3.5.2 Analisis Structural Equation Model (SEM) PLS .....                                                                                                                      | 49 |
| 3.5.2.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                                                                                                         | 49 |
| 3.5.2.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                                                                                                                         | 53 |
| 3.5.3 Uji Hipotesis .....                                                                                                                                                     | 55 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                                                                                                  | 57 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....                                                                                                                                          | 57 |
| 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....                                                                                                                                   | 60 |
| 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                                                                                                       | 69 |
| 4.3.1 Pendapatan <i>Affiliator</i> dari <i>Shopee Affiliate Program</i> (X <sub>1</sub> ) .....                                                                               | 69 |
| 4.3.2 <i>Impulsive Buying</i> (X <sub>2</sub> ) .....                                                                                                                         | 71 |
| 4.3.3 Akuntansi Rumah Tangga (Y) .....                                                                                                                                        | 73 |
| 4.3.4 <i>Financial Behaviour</i> (Z) .....                                                                                                                                    | 76 |
| 4.4 Hasil Penelitian .....                                                                                                                                                    | 78 |

|                                                                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....                                                                                                                        | 79  |
| 4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i> .....                                                                                                                       | 79  |
| 4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i> .....                                                                                                                     | 81  |
| 4.4.1.3 <i>Composite Reliability</i> .....                                                                                                                     | 83  |
| 4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....                                                                                                                        | 84  |
| 4.4.2.1 Koefisien Determinasi (R-Square atau $R^2$ ) .....                                                                                                     | 84  |
| 4.4.2.2 <i>Predictive Relevance</i> (Q-square atau $Q^2$ ) .....                                                                                               | 85  |
| 4.4.3 Pengujian Hipotesis .....                                                                                                                                | 86  |
| 4.4.3.1 Pendapatan dari <i>Shopee Affiliate Program</i><br>Berpengaruh terhadap Akuntansi Rumah Tangga<br>(H1) .....                                           | 87  |
| 4.4.3.2 <i>Impulsive Buying</i> Berpengaruh terhadap Akuntansi<br>Rumah Tangga (H2) .....                                                                      | 88  |
| 4.4.3.3 Pengaruh Moderasi <i>Financial Behaviour</i> pada<br>Hubungan Pendapatan <i>Shopee Affiliate Program</i><br>terhadap Akuntansi Rumah Tangga (H3) ..... | 90  |
| 4.4.3.4 Pengaruh Moderasi <i>Financial Behaviour</i> pada<br>Hubungan <i>Impulsive Buying</i> terhadap Akuntansi<br>Rumah Tangga (H4) .....                    | 91  |
| 4.5 Pembahasan .....                                                                                                                                           | 93  |
| 4.5.1 Pengaruh Pendapatan dari <i>Shopee Affiliate Program</i> terhadap<br>Akuntansi Rumah Tangga .....                                                        | 93  |
| 4.5.2 Pengaruh <i>Impulsive Buying</i> terhadap Akuntansi Rumah<br>Tangga .....                                                                                | 96  |
| 4.5.3 Pengaruh Moderasi <i>Financial Behaviour</i> pada Hubungan<br>Pendapatan <i>Shopee Affiliate Program</i> terhadap Akuntansi<br>Rumah Tangga .....        | 101 |
| 4.5.4 Pengaruh Moderasi <i>Financial Behaviour</i> pada Hubungan<br><i>Impulsive Buying</i> terhadap Akuntansi Rumah Tangga .....                              | 105 |
| 4.6 Implikasi Penelitian .....                                                                                                                                 | 109 |
| 4.7 Keterbatasan Penelitian .....                                                                                                                              | 115 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                                                               | 119 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                           | 119 |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                                                | 121 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                           | 125 |



|               |     |
|---------------|-----|
| LAMPIRAN..... | 133 |
|---------------|-----|

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                 | 60 |
| Tabel 4. 2 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia .....                                                          | 61 |
| Tabel 4. 3 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                                            | 63 |
| Tabel 4. 4 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan SAP<br>.....                                       | 65 |
| Tabel 4. 5 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Penghasilan SAP.....                                                | 67 |
| Tabel 4. 6 Frekuensi Penilaian Responden Variabel Pendapatan Affiliator<br>dari Shopee Affiliate Program (X1)..... | 70 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Impulsive Buying</i> (X2)<br>.....                            | 71 |
| Tabel 4. 8 Frekuensi Penilaian Responden Variabel Akuntansi Rumah<br>Tangga.....                                   | 74 |
| Tabel 4. 9 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Financial Behavior</i>                                        | 77 |
| Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Nilai Outer Loading .....                                                            | 79 |
| Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Nilai Cross Loading .....                                                            | 81 |
| Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Average Variance Extracted (AVE) .....                                               | 82 |
| Tabel 4. 13 Hasil Pengukuran Composite Reliability .....                                                           | 83 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengukuran R Square (R2).....                                                                    | 84 |
| Tabel 4. 15 Hasil Pengukuran Q Square (Q2) .....                                                                   | 85 |
| Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis .....                                                                        | 86 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Grafik E-Commerce dengan Program Afiliasi Terfavorit.....                       | 1  |
| Gambar 1.2 Grafik Persebaran Preferensi Masyarakat Saat Memilih<br>Program Affiliasi ..... | 2  |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....                                                          | 29 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                                        | 133 |
| Lampiran 2 Hasil Tabulasi Karakteristik Responden.....                       | 138 |
| Lampiran 3 Hasil Tabulasi Jawaban Responden .....                            | 144 |
| Lampiran 4 Hasil Perhitungan Nilai <i>Outer Loading</i> .....                | 159 |
| Lampiran 5 Hasil Perhitungan Nilai <i>Cross Loading</i> .....                | 160 |
| Lampiran 6 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability and Validity</i> ..... | 161 |
| Lampiran 7 Hasil Perhitungan R Square dan Q Square .....                     | 162 |
| Lampiran 8 Hasil Pengujian Hipotesis .....                                   | 163 |

**PENGARUH PENDAPATAN AFFILIATOR DARI SHOPEE AFFILIATE  
PROGRAM DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP AKUNTANSI  
RUMAH TANGGA YANG DIMODERASI OLEH FINANCIAL BEHAVIOR**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pendapatan Shopee *Affiliate Program* dan *Impulsive Buying* terhadap Akuntansi Rumah Tangga dengan *Financial Behaviour* sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang dikumpulkan dari 150 affiliator aktif Shopee di Indonesia dan dianalisis menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendapatan Shopee *Affiliate Program* dan *Impulsive Buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Akuntansi Rumah Tangga. Selain itu, *Financial Behaviour* terbukti memoderasi secara positif dan signifikan hubungan antara Pendapatan Shopee *Affiliate Program* dan Akuntansi Rumah Tangga serta hubungan antara *Impulsive Buying* dan Akuntansi Rumah Tangga. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki perilaku keuangan yang lebih baik cenderung lebih mampu mengoptimalkan pendapatan tambahan dan merespons pengalaman pembelian impulsif melalui praktik pengelolaan keuangan rumah tangga yang lebih baik. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan pentingnya *Financial Behaviour* dalam mendukung pengelolaan keuangan rumah tangga yang efektif dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

**Kata Kunci:** *Shopee Affiliate Program*, *Impulsive Buying*, *Financial Behaviour*, Akuntansi Rumah Tangga, Affiliator, dan Ekonomi Digital

**THE EFFECT OF AFFILIATOR INCOME FROM THE SHOPEE  
AFFILIATE PROGRAM AND IMPULSIVE BUYING ON HOUSEHOLD  
ACCOUNTING MODERATED BY FINANCIAL BEHAVIOR**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effects of Shopee Affiliate Program Income and Impulsive Buying on Household Accounting, with Financial Behavior serving as a moderating variable. A quantitative approach was employed, and data were collected from 150 active Shopee affiliates in Indonesia. The data were analyzed using SmartPLS. The results indicate that Shopee Affiliate Program Income and Impulsive Buying have positive and significant effects on Household Accounting. Furthermore, Financial Behavior positively and significantly moderates the relationship between Shopee Affiliate Program Income and Household Accounting, as well as the relationship between Impulsive Buying and Household Accounting. These findings suggest that individuals with stronger financial behavior are more capable of optimizing additional income and responding to impulsive buying experiences through better household financial management practices. The study highlights the importance of Financial Behavior in supporting effective and sustainable household financial management in the digital economy era.*

**Keywords:** *Shopee Affiliate Program, Impulsive Buying, Financial Behavior, Household Accounting, Affiliates, Digital Economy*