

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo.
- Anselm Strauss, & Juliet Corbin. (2013). *Dasar-dasar penelitian kualitatif : tatalangkah dan teknik-teknik teoritisasi data*. Pustaka Pelajar.
- Becker, G. (1976). The Economic Approach to Human Behavior. *Theoretical Economics Letters*, 6(2).
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge : Harvard University Press.
- Destiara Anggita Putri. (2023, June 23). *Memahami Cara Kerja Shopee Affiliate*. Katadata.Co.Id.
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *S.I.Kom. Universitas Indonesia. Jalan Salemba Raya*, 5(2).
- 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>
- Hardini, R., Larasayu, F., & Permana, E. (2024). STRATEGI PEMASARAN BISNIS KULINER MENGGUNAKAN INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PASCA PANDEMI. In *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* (Issue 8). <http://ejournal.unikama.ac.idHal134>
- Hariyanti, N. T. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)*. <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Hidayat, R., & Nurhadi, M. (2023). Ekonomi Digital Indonesia. *Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 112–125.
- Iriyani, A., & Puji Lestari, D. (2023). *Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital*.
- Jalin. (2022, February 18). *Mengenal Affiliate Marketing dan Manfaatnya*. Jalin.Co.Id.
- Kominfo. (2023). *Kerangka Kerja Acuan Penyelenggaraan Literasi Digital 2023*.
- Kotler, P. K. K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kelima Belas Jilid I, terj. Bob Sabran* (15th ed.). Erlangga.

- Lexy J. Moleong. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Malik, H. (2021). *CYBER RELIGION DAN REAL RELIGION DI TENGAH MASYARAKAT DIGITAL*.
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/komunika>
- Mavicha Sari, V., & Maghfirah Aesthetika, N. (2023). *Shopee Affiliation as a Marketing Communication Strategy in the New Media Era [Shopee Affiliasi Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Di Era New Media]*.
- Mirzani, J. A., Olivia, W., Susetiyo, D., Sarira, S. F., & Aini, N. (2023). *Konferensi Nasional Ilmu Komputer (KONIK) 2023 Pengaruh Shopee Affiliate Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
- Molenaar, K. (2025, January 14). *The Hottest and Most Profitable Influencer Niches Right Now*. Influencer Marketing Hub.
- Purnomo, A. (2023). Strategi Nano Influencer dalam Meningkatkan Konversi Penjualan pada Program Afiliasi Shopeeencer dalam Meningkatkan Konversi Penjualan pada Program afiliasi Shopee. *Komunikasi Digital*, 7(1), 45–58.
- Ramadhani, I., & Putra, Y. (2022). Pengaruh digital influencer terhadap keputusan pembelian konsumen fashion online. *Pemasaran Dan Bisnis Digital*, 10(3), 87–102.
- Santoso, B. (2021). *Sosiologi Digital dan Media Sosial*. Pustaka Indonesia.
- Scott, J. (2000). *Rational Choice theory*. SAGE Publications.
- Shopee. (2024). *Shopee Affiliate Program*. Shopee.Co.Id.
<https://help.shopee.co.id/portal/10/category/17226-Shopee-Affiliate/17230-Program-Special-Affiliate?page=1>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra, R. (2022). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Strategi Digital Marketing di Indonesia. *Teknologi Informasi Dan Bisnis*, 6(2), 98–110.
- We Are Social and Hootsuite. (2024). *The state of digital in Indonesia in 2024*.