

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Sri Wahyuni. (2021). *Analisis Pengaruh Predatory Pricing terhadap UMKM dalam Negeri: Studi Kasus UMKM di Pekanbaru*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 9(2), 45–56. APJII. (2023). *Laporan survei internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2023). *Laporan survei internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2024). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ardiansah, M. N., Azizah, A., & Sadida, A. (2023). *Social Commerce Success Impact on Business Performance: Insight from TikTok Shop Fenomena di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Digital Indonesia, 5(1), 34–46.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Pedagang Tekstil Indonesia. (2024). *Laporan Omzet Pedagang Pasar Tradisional Tahun 2024*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik E-commerce Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: BPS.
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik sistem pembayaran: Nilai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce)*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). *Statistik sistem pembayaran: Nilai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce)*. Bank Indonesia.

- Bhattacharjea, A., et al. (2018). *Predatory Pricing in Platform Competition: Economic Theory and Indian Cases*. Indian Journal of Economics and Business, 17(3), 201–218.
- Camilleri, E. (2024). *Key Performance Indicators: The Complete Guide to KPIs for Business Success*. London: Routledge.
- Carlton, D. W., & Perloff, J. M. (2018). *Modern Industrial Organization*. 5th ed. New York: Pearson.
- Chen, J., Shen, X., & Huang, Q. (2020). *Social Commerce: A Review and Future Research Directions*. Electronic Commerce Research, 20(1), 1–24.
- Etanim, F. (2022). *Dampak e-commerce dan digitalisasi perpajakan terhadap kinerja UMKM yang dimoderasi insentif pajak*. Media Akuntansi Perpajakan, 7(1), 27–35. <https://doi.org/10.52447/map.v7i1.6128>
- Fitria, D., & Reriscie, A. M. (2022). *Pengaruh E-Commerce dan Fintech terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Bengkulu*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 14(2), 120–132.
- Ganesh, A. (2023). *Predatory pricing in platform markets: A modified test for firms within the scope of Article 3 of the DMA and super-dominant platform firms under Article 102 TFEU*. European Competition Journal. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/17441056.2024.2428032>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2022). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. 5th ed. New York: McGraw-Hill.

- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Reaching new heights*. Google, Temasek, dan Bain & Company.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). *e-Conomy SEA 2024: Perekonomian digital Indonesia akan mencapai GMV \$90 miliar*. Google Indonesia. Diakses dari <https://blog.google/intl/id-id/e-conomy-sea-2024-perekonomian-digital-indonesia-akan-mencapai-gmv-90-miliar-pada-tahun-2024/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. 8th ed. Harlow: Pearson Education.
- Handayani, A., Sasmita, A., & Nugraha, R. (2022). Pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 115–124.
- Handayani, L. S., dkk. (2022). *Pengaruh E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Palembang*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25–37.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen sumber daya manusia* Bumi Aksara, 94.
- Harahap, S. S. (2018). *Analisis kritis atas laporan keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Huwaida, L. A., Putra, A. R., & Rahman, M. F. (2024). *Generation Z and Indonesian Social Commerce*. *Journal of Innovation and Knowledge*, 9(2), 100507. *ScienceDirect*.
- Kasmir. (2021). *Analisis laporan keuangan* (Edisi revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan Perkembangan E-commerce dan UMKM Nasional Tahun 2024*. Jakarta.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Data Penurunan Omzet Pedagang Pasar Tradisional di Era Digitalisasi*. Jakarta.

- Kerlinger, F. N. (2006). *Foundations of Behavioral Research*. 4th ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. 16th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. 17th ed. New York: Pearson.
- Lestari, D., & Kurniawan, F. (2024). *Pengaruh Strategi Predatory Pricing terhadap Pendapatan UMKM di Indonesia*. *Jurnal Persaingan Usaha*, 6(2), 77–92.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics*. 9th ed. Boston: Cengage Learning.
- Nugroho, A. (2023). *Dampak Fitur Live Shopping terhadap Penurunan Omzet Pedagang Grosir Tradisional*. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 2(1), 40–52.
- Pandaya, Suyatmi, & Suprpta, I. (2021). *Peningkatan Pendapatan dengan Metode Penjualan E-Commerce dan Tradisional pada PT Batik Sida Mukti*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 65–75. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.431>
- Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar. (2024). *Laporan Penurunan Omzet Pedagang Pakaian di Pasar Badung*. Denpasar.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi dan Makroekonomi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Santoso, B., & Wibowo, D. (2023). *Dampak Sosial E-Commerce terhadap Pendapatan Pedagang Konvensional di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 145–160.

- Sinaga, M. G., & Yasa, I. G. W. M. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Tenaga Kerja, dan Modal terhadap Pendapatan Usaha Mikro Bidang Fashion di Kota Denpasar*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(2), 110–122.
- Siregar, I. R., Purba, M. I., & Sinaga, A. R. (2023). *Pengaruh E-Commerce, Digital Payment, dan Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Medan Barat*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(1), 45–59.
- Statista. (2024). *Indonesia E-commerce Market Value 2024 Report*. Retrieved from <https://www.statista.com>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm. 96.
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syahla, G. T., & Ruzikna, R. (2023). Pengaruh e-commerce dan financial technology terhadap pendapatan UMKM sektor fashion (*Kasus pedagang di Pasar Pusat Padang Panjang*). *eCo-Buss*, 7(3), 1448. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.1448>
- Tirole, J. (2019). *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge: MIT Press.
- Utami, L., & Rahardjo, B. (2022). *Pengaruh Platform Sosial E-Commerce terhadap Omzet Pedagang Konvensional*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 8(2), 150–160.

- Wahdia, M., & Rintasari, N. (2023). E-commerce, financial technology, media sosial, modal usaha, dan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah di bidang fashion. *PERWIRA – Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 6(2), 83–98. <https://doi.org/10.21632/perwira.6.2.83-98>
- Wahyuni. (2021). *Analisis Pengaruh Predatory Pricing terhadap UMKM dalam Negeri: Studi Kasus UMKM di Pekanbaru*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
- Widodo, A. (2022). *Dampak Strategi Predatory Pricing terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional di Jakarta*. *Jurnal Ekonomi Mikro Terapan*, 3(1), 38–47.
- Zhang, H., & Benyoucef, M. (2016). *Consumer Behavior in Social Commerce: A Literature Review*. *Decision Support Systems*, 86, 95–108.