

## Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. (2023, 10 11). *Katadata*. Diambil kembali dari Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-commerce Lainnya?: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Amanda, R. (2023, Oktober 16). *Inspirasi Shopee*. Diambil kembali dari Gempar, Hadir Sebagai Bintang Iklan Shopee Terbaru, JKT 48 Berhasil Mengguncang Shopee 11.11 Big Sale: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/gempar-hadir-sebagai-bintang-iklan-shopee-terbaru-jkt48-berhasil-mengguncang-shopee-11-11-big-sale/>
- Amindoni, A. (2018). *BBC Indonesia*. Diambil kembali dari Ekonomi Digital Mulai Moncer, Ini Dia Daftar Unicorn dari Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-43058059>
- Annur, C. M. (2022, 2 14). *Katadata*. Diambil kembali dari Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat ke-5: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>
- Antara. (2023). *Antara News*. Diambil kembali dari Shopee Luncurkan Gerakan Ekspor UMKM Shopee Serentak di 10 Kota: <https://www.antaranews.com/berita/3652830/shopee-luncurkan-gerakan-ekspor-umkm-shopee-serentak-di-10-kota>
- Aprilianti. (2021). Co-regulating the Indonesian Digital Economy.
- Asia, S. (2020). *SME Asia*. Diambil kembali dari <https://sme.asia/mdec-and-shopee-collaborate-to-boost-cross-border-e-commerce/>
- Azizah, N. (2023, Oktober 5). *Republika*. Diambil kembali dari Shopee Resmi Stop Penjualan Produk dari Luar Negeri: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s22cjd463/shopee-resmi-setop-penjualan-produk-dari-luar-negeri>
- Barney, J. B. (2001). *Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view*.
- Birruntha. (2019). Diambil kembali dari The Malaysian Reserve: [https://themalaysianreserve.com/2019/10/04/shopees-buy-malaysian-campaign-aims-to-lesser-reliance-on-imports/?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=Cy1uPYzteCREBk8pOrLnnFyh45LIL9h7mCYzP83cTXI-1710786294-0.0.1.1-1493](https://themalaysianreserve.com/2019/10/04/shopees-buy-malaysian-campaign-aims-to-lesser-reliance-on-imports/?__cf_chl_tk=Cy1uPYzteCREBk8pOrLnnFyh45LIL9h7mCYzP83cTXI-1710786294-0.0.1.1-1493)
- Bloomenthal, A. (2023, Mei 23). *Investopedia*. Diambil kembali dari E-commerce Defined: Types, History, and Example: <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>
- Boateng, R. (2009). *E-commerce in Developing Economies: A Review of Theoretical Frameworks and Approach*. 18.
- Bukht, R. (2018). Digital Economy Policy in Developing Country.
- Ciarniene, R. (2015). Theoretical Framework of E-business Competitiveness.

- CNN. (2023, Juli 26). *CNN Indonesia*. Diambil kembali dari Apa Itu Market Share? Ini Fungsi, Jenis, dan Cara Menghitungnya: <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230717110852-569-974302/apa-itu-market-share-ini-fungsi-jenis-dan-cara-menghitungnya>
- Das, K. (2018). *The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development*. *McKinsey & Company*.
- Fauzie, Y. Y. (2021). *CNN Indonesia*. Diambil kembali dari Membaca Tujuan dan Dampak Merger Gojek-Tokopedia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210518065203-92-643595/membaca-tujuan-dan-dampak-merger-gojek-tokopedia>
- Finaka, A. (2019). *Indonesia Baik*. Diambil kembali dari <https://indonesiabaik.id/infografis/sejarah-palapa-ring>
- Franedy, R. (2018). *CNN Indonesia*. Diambil kembali dari Mengintip Investor Kakap di Balik Raksasa Toko Online RI: <https://www.cnnindonesia.com/tech/20181123122617-37-43393/mengintip-investor-kakap-di-balik-raksasa-toko-online-ri/6>
- Gerald, F. (2023). *Liputan 6*. Diambil kembali dari Shopee Luncurkan Program Ekspor di 10 Kota, Perluas Pasar UMKM di Indonesia: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5354398/shopee-luncurkan-program-ekspor-di-10-kota-perluas-pasar-umkm-indonesia?page=2>
- Ginee. (2022, April 4). Diambil kembali dari How does Shopee Branding and Marketing Strategy?: <https://ginee.com/my/insights/shopee-branding/>
- Herman, N. (2022). Analisis Model Bisnis Pasar Digital Shopee.
- Indrajaya, I. N. (2022, Agustus 5). *TrenAsia*. Diambil kembali dari Tren E-commerce di Indonesia: Dari Sejarah hingga Platform dan Produk Terlaris Saat Ini: <https://www.trenasia.com/tren-e-commerce-di-indonesia-dari-sejarah-hingga-platform-dan-produk-terlaris-saat-ini>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia . (2016, November 10). Diambil kembali dari Paket Kebijakan Ekonomi XIV: <https://ekon.go.id/info-sektoral/18/295/paket-kebijakan-ekonomi-xiv>
- Komparasi Brand Index. (2023). Diambil kembali dari Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=643](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=643)
- Kong, S. T. (2019). *E-commerce Development in Rural China. The Chinese Economic Transformation*.
- Kulhmann, K. (2018). *Digital Economy Enabling Environment Guide Key Areas of Dialogue for Business and Policy Makers*.
- Kurnia, N. (2022). Penipuan Digital di Indonesia Modus, Medium, dan Rekomendasi. 60.
- Lai, A. (2023). *Asian News*. Diambil kembali dari <https://asianews.network/dont-ban-tiktok-shop-yet-malaysias-e-commerce-sellers/>
- Lee, C. (2023). Strategic Policies for Digital Economic Transformation. *Journal of Southeast Asian Economies Vol 40 no 1* , 37.
- Logo. (2022, Mei 29). Diambil kembali dari Shopee Logo: <https://1000logos.net/shopee-logo/>

McKinsey. (2022, 12 21). Diambil kembali dari *E-commerce is Entering a New Phase in Southeast Asia. Are Logistics Players Prepared?*: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared>

Mohanty, R. (2007). *Quality Dimension of E-commerce and their Implication*.

Mutia, C. (2022). *Databoks*. Diambil kembali dari Kapitalisasi Pasar Induk Shopee Anjlok, Berapa Kini Nilainya?: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/27/kapitalisasi-pasar-induk-shopee-anjlok-berapa-kini-nilainya>

Nabhani, A. (2023, Oktober 19). *Neraca*. Diambil kembali dari Pengalaman Pelanggan Malaysia Beli Produk Indonesia di Shopee: <https://www.neraca.co.id/article/187948/pengalaman-pelanggan-malaysia-beli-produk-indonesia-di-shopee>

Natalia, A. (2019, December 9). *Inspirasi Shopee*. Diambil kembali dari Shopee Indonesia Umumkan Didi Kempot Sebagai Brand Ambassador: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-indonesia-umumkan-didi-kempot-sebagai-brand-ambassador-intip-reaksi-netizen-di-sini/>

Natalia, A. (2020, 1 23). *Inspirasi Shopee*. Diambil kembali dari Shopee Indonesia: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-jadi-brand-terbaik-nomor-1-di-indonesia-tahun-2019-versi-yougov/>

Natalia, A. (2021, April 12). *Inspirasi Shopee*. Diambil kembali dari Sambut Brand Ambassador Terbaru Shopee, Al dan Andin: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/sambut-brand-ambassador-terbaru-shopee-al-dan-andin/>

Negara, S. D. (2021). *E-commerce in Indonesia: Impressive Growth but Facing Serious Challenge*. 2.

OCBC, R. (2022). *OCBC*. Diambil kembali dari Valuasi Adalah: Pengertian, Faktor, Cara Hitung dan Contoh: <https://www.ocbc.id/id/article/2022/11/14/valuasi-adalah>

Oliver, A. (2020, Desember 3). *Glints*. Diambil kembali dari Brand Visibility, Konsep Penting yang bisa Tingkatkan Awareness Brand mu: <https://glints.com/id/lowongan/brand-visibility/>

PERPRES. (2017). Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Roadmap *E-commerce* 2017-2019. *Peraturan Presiden RI Nomor 74*, 3.

Pertiwi, W. K. (20201, Januari 14). *Tekno Kompas* . Diambil kembali dari Gojek dan Grab Harap Waspada, SHopeeFood siap Ekspansi di Indonesia: [https://tekno.kompas.com/read/2021/01/14/09410017/gojek-dan-grab-harap-waspada-shopeefood-siap-ekspansi-di-indonesia#google\\_vignette](https://tekno.kompas.com/read/2021/01/14/09410017/gojek-dan-grab-harap-waspada-shopeefood-siap-ekspansi-di-indonesia#google_vignette)

Popovska, O. (2016). Factors Influencing the Succesful Adoption of an Innovative *E-commerce* Product: Single Case Study. 352.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The free Press.

Rahajeng. (2021). *CNBC Indonesia*. Diambil kembali dari Tiga Alasan Pembentukan GoTo Tidak Ciptakan Monopoli : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210517125037-37-245956/tiga-alasan-pembentukan-goto-tidak-ciptakan-monopoli>

- Ramli, R. R. (2023). *Kompas*. Diambil kembali dari *E-commerce* Bakal Dilarang Jual Produk Asing di Bawah Rp 1,5 Juta : <https://money.kompas.com/read/2023/07/27/151100826/e-commerce-bakal-dilarang-jual-produk-asing-di-bawah-rp-15-juta-ini-alasan>
- Raras, B. (2022, Agustus 20). *Goodstats*. Diambil kembali dari Daftar Negara yang Warganya Paling Sering Belanja Online: <https://goodstats.id/article/daftar-negara-yang-warganya-paling-sering-belanja-online-indonesia-urutan-berapa-5zJmA#:~:text=Di%20peringkat%20pertama%20terdapat%20Negeri,rutin%20berbelanja%20online%20setiap%20pekan>.
- Reka, R. (2023, Agustus 25). *Inspirasi Shopee*. Diambil kembali dari 5 Tips Menang Shopee Tanam, Dijamin Dapat Koin Jutaan Rupiah: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/5-tips-menang-shopee-tanam-dijamin-dapat-koin-jutaan-rupiah/#:~:text=Shopee%20Tanam%20adalah%20salah%20satu,voucher%20belanja%20hingga%20Shopee%20Koin>.
- Risanti, S. (2023, May 23). Diambil kembali dari Fortune Indonesia: <https://www.fortuneidn.com/business/surti/siapa-pemilik-shopee?page=all>
- Rizaldi, O. (2019, Mei 17). *Brillio*. Diambil kembali dari Perubahan 30 Logo Brand Terkenal Dunia Dulu dan Sekarang, Bikin Panling: <https://www.brillio.net/creator/perubahan-30-logo-brand-terkenal-dunia-dulu-sekarang-bikin-pangling-cc9097.html>
- Rizkinaswara, L. (2020). *Kominfo*. Diambil kembali dari <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/palapa-ring/>
- Sahin, C. (2012). *Competitiveness of E-commerce Companies: An Integrated Approach*.
- Satar, N. S. (2019). Customer Value Proposition for *E-commerce*: A Case Study Approach .
- Sharma, R. (2016). Factors Affecting Consumers Purchasing Decision Throught *E-commerce*. 161.
- Shopee. (2024). *Shopee*. Diambil kembali dari Kebijakan Anti-Brushing: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/9975>
- Shopee Indonesia*. (2023). Diambil kembali dari <https://careers.shopee.co.id/about>
- Smeets, M. (2021). Adapting to the Digital Trade Era : Challanges and Opportunities. *World Trade Organization*, 17.
- Smith, P. (t.thn.). *Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies*.
- Statista. (2023, 12 5). Diambil kembali dari <https://www.statista.com/statistics/1012761/malaysia-number-monthly-web-visits-shopee-quarter/>
- Statista. (2023). *Statista*. Diambil kembali dari Market Share Online Shopping Platform in Indonesia as of Februari 2023: <https://www.statista.com/statistics/1376518/indonesia-e-commerce-market-share-by-number-of-transactions-pre-ramadan/>
- Sudibyo, A. (2021). *Jagat Digital Pembebasan dan penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Syuhada, R. (2023). *Profil, Sejarah, dan Struktur Organisasi Shopee*. Diambil kembali dari Narmadi: <https://narmadi.com/id/struktur-organisasi-perusahaan-shopee/?nowprocket=1>

Thomas, R. (2021). *E-commerce* Fast Tracking Diffusion and Adaptation in Developing Countries.

*Toppan*. (2023). Diambil kembali dari How Southeast Asia Became and Increasingly Attractive Ecommerce Market : <https://toppandigital.com/translation-blog/southeast-asia-worlds-prime-ecommerce-market/>

Turban, E. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Network Perspective* . *Springer*.

Yacob, S. (2021). The Importance of *E-commerce* Adoption and Entrepreneurship Orientation for Sustainable Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia.

Youtube. (2022). *Semua Xtra Aman Belanja di Shopee*. Diambil kembali dari [https://www.youtube.com/watch?v=Wh6ENy\\_QvDQ](https://www.youtube.com/watch?v=Wh6ENy_QvDQ)

Zwass, V. (2023). *Britanica Money*. Diambil kembali dari *E-commerce*: <https://www.britannica.com/money/e-commerce>