



Analisis Pemahaman Siswa Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Kepercayaan Pembelian Barang di Shopee

Qurrotul A'yuni^{1*}, Rohmatul Nazila Ramadhani², Yasmin Yasmin³, Firza Agung Prakoso⁴

¹⁻⁴Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara No.27-29, Tembokrejo, Kec. Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67118

Korespondensi penulis: qurrotulayuni0112@gmail.com*

Abstract. *This research aims to analyze students' understanding of consumer protection and its influence on confidence in purchasing goods on Shopee. The research used a qualitative approach with in-depth interview methods with high school students in Pasuruan. The research results show that students' shopping frequency at Shopee varies, with a fairly high level of satisfaction although there are still doubts about the effectiveness of the consumer protection features. Most students understand consumer rights and obligations as well as procedures for filing complaints, but some students feel the need for further education regarding steps to handle fraud. Product information on Shopee is considered accurate and buyer reviews provide additional confidence, but the implementation of consumer protection is considered not optimal. In conclusion, students' understanding of consumer protection contributes positively to their confidence in making purchases, but there is a need for improvement in education and transparency of protection features. It is hoped that the implications of this research will become a reference for e-commerce, schools and the government in increasing consumer awareness and protection in the digital era.*

Keywords: *Purchase confidence, Consumer protection, Shopee*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen dan pengaruhnya terhadap kepercayaan pembelian barang di Shopee. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap siswa tingkat SMA di Pasuruan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi belanja siswa di Shopee bervariasi, dengan tingkat kepuasan yang cukup tinggi meskipun masih ada keraguan terhadap efektivitas fitur perlindungan konsumen. Sebagian besar siswa memahami hak dan kewajiban konsumen serta prosedur pengajuan komplain, tetapi beberapa siswa merasa perlunya edukasi lebih lanjut terkait langkah penanganan penipuan. Informasi produk di Shopee dinilai akurat dan ulasan pembeli memberikan kepercayaan tambahan, namun implementasi perlindungan konsumen dianggap belum optimal. Kesimpulannya, pemahaman siswa terhadap perlindungan konsumen berkontribusi positif terhadap kepercayaan mereka dalam melakukan pembelian, tetapi perlu peningkatan dalam edukasi dan transparansi fitur perlindungan. Implikasi penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi e-commerce, sekolah, dan pemerintah dalam meningkatkan kesadaran serta perlindungan konsumen di era digital.

Kata kunci : Kepercayaan pembelian, Perlindungan konsumen, Shopee

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi. Metode perdagangan saat ini telah berkembang dari yang tradisional, dimana pembeli dan penjual bertemu secara tatap muka dalam proses jual beli, menjadi transaksi digital yang kini dikenal dengan *e-commerce* (Permata & Haryanto, 2022). Banyaknya masyarakat yang menggunakan e-commerce dalam kehidupan sehari-hari sangat dipengaruhi oleh peningkatan pengguna internet (Marsalin & Hendratmoko, 2023). E-

commerce merupakan perdagangan di Internet, yang dilakukan melalui koneksi Internet dan menyediakan alat pembayaran atas barang yang dibeli (Devi & Simarsoit, 2020). Salah satu dampak nyata adalah maraknya penggunaan platform e-commerce seperti Shopee yang menyediakan kemudahan dalam berbelanja secara daring. Shopee menjadi salah satu marketplace terbesar di Indonesia, menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan dengan berbagai fitur, seperti promo diskon, cashback, hingga gratis ongkir. Penggunaan platform e-commerce seperti Shopee selain strategi marketing tingkat terdapat tingkat kepercayaan konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian konsumen (Cahyani, Agustiani, Aprianto, & Malik, 2024). Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai hambatan dalam penerapan regulasi, yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam transaksi online (Sihombing, Gede, Karma, Hukum, & Udayana, 2024). Seperti isu-isu terkait perlindungan konsumen, seperti ketidaksesuaian produk, penipuan, hingga kesulitan dalam proses pengembalian barang.

Pemahaman siswa sebagai generasi muda yang aktif dalam menggunakan e-commerce sangat penting untuk ditelaah. Sebagai konsumen, mereka harus memahami hak dan kewajiban mereka agar dapat terlindungi dari potensi kerugian. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 telah memberikan landasan hukum untuk melindungi hak-hak konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa (Undang-undang, 2020). Namun, Meskipun terdapat undang-undang yang mengatur masalah e-commerce, konsumen mungkin masih berada dalam posisi rentan. Penyebab utama kelemahan konsumen seringkali adalah rendahnya tingkat pengetahuan hukum dan kurangnya kesadaran akan hak-hak konsumen (Khatimah, 2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen ada dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum restriktif sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 (UU) merupakan bentuk perlindungan hukum yang bersifat preventif. perlindungan hukum bagi konsumen Shopee. itu). Hal ini terlihat dari peraturan mengenai perlindungan hak konsumen dan pemberian kompensasi (Hosen & Hidayah, 2020).

Kepercayaan dalam melakukan pembelian di platform seperti Shopee juga menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan konsumen. Kepercayaan konsumen dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk melalui marketplace Shopee (Aini & Adinugraha, 2024). Kepercayaan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman belanja, kebijakan perlindungan konsumen yang

diterapkan oleh platform, serta pemahaman konsumen terhadap hak-hak mereka. Serta yang didukung dengan ulasan produk yang tidak berdampak positif di platform e-commerce namun tingkat kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian (Ilmiyah & Krishernawan, 2020). Selanjutnya Kualitas produk yang baik meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian di marketplace Shopee (Jalil & Safrianto, 2023). Penelitian ini mengasumsikan bahwa pemahaman yang baik tentang perlindungan konsumen membantu siswa merasa lebih percaya diri dan aman saat melakukan pembelian di Shopee. Pertanyaannya adalah bagaimana pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen saat melakukan pembelian di Shopee. Berdasarkan asumsi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kepercayaan mereka dalam membeli barang di Shopee.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang tingkat pemahaman perlindungan konsumen di kalangan siswa sekaligus menjadi acuan bagi pihak terkait, termasuk pemerintah, sekolah, dan platform e-commerce, untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan konsumen dalam era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan atau berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut :

No	Author/ Tahun	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Artikel	Perbedaan Artikel
1	(Halizah, Infante, & Darmawan, 2022)	Konsumen mengamati pelayanan dan keamanan juga integritas shoppe kepada konsumen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen membeli di shopee	Keamanan dan kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian online di shopee	Kemanan dan kepercayaan tinggi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen
2	(Tia Mahardhika et al., 2023)	Pengaruh keamanan dan kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Shopee.	Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk	Pengetahuan Keamanan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan dalam pembelian produk
3	(Ardiyanto & Saputra, 2022)	Pengujian penerapan hukum perlindungan konsumen oleh shopee	Pengaruh pemahaman perlindungan konsumen dan keamanan terhadap keputusan pembelian	Kemanan dan Perlindungan konsumen memiliki perna besar terhadap perlindungan Konsumen

Dalam memutuskan pembelian, pemahaman keamanan oleh konsumen memiliki peran penting. Dalam perbandingan 3 penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan keamanan konsumen berbanding positif terhadap keputusan pembelian produk.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen serta pengaruhnya terhadap kepercayaan dalam pembelian barang di Shopee. Menurut Sugiyono (2021) Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengkaji suatu objek yang bersifat alamiah (Nor Inahuhidayah, Deasy Nurmasita, Wawan Gunawan, Sedya Handayani, & Adiningrum, 2024). Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam pemikiran, pengalaman, dan persepsi siswa sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian adalah siswa tingkat SMA di Pasuruan yang memiliki pengalaman berbelanja di Shopee. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria utama, yaitu siswa yang pernah melakukan transaksi pembelian barang di Shopee minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Data diperoleh melalui wawancara mendalam (in depth interview) dengan panduan wawancara semi-terstruktur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Penelitian ini melibatkan tiga narasumber dari latar belakang pendidikan berbeda, yaitu narasumber pertama yang berasal dari SMAN 3 Pasuruan, narasumber kedua yang berasal dari SMK 1 Pasuruan, dan narasumber ketiga berasal dari SMA Muhammadiyah 1 Pasuruan.



Keterangan: Wawancara dengan narasumber pertama di SMA Negeri 3 Pasuruan

Sumber: Penulis (2024).

Berikut adalah hasil wawancara berdasarkan tanggapan mereka terhadap perlindungan konsumen dan kepercayaan pembelian barang di Shopee:

Frekuensi dan Kepuasan dalam Berbelanja di Shopee

Narasumber pertama menyatakan jarang berbelanja di Shopee dan merasa ragu-ragu terhadap kepuasan barang yang diterima. Sedangkan narasumber kedua memiliki frekuensi belanja yang tinggi dan menyatakan puas dengan barang yang dibelinya. Terakhir narasumber ketiga juga sering berbelanja di Shopee dan menyatakan puas, meskipun ada beberapa fitur perlindungan konsumen yang dianggap belum optimal.

Pemahaman Hak dan Kewajiban Konsumen semua narasumber memiliki pemahaman yang baik mengenai hak konsumen dan kewajiban penjual dalam transaksi di Shopee. Narasumber pertama dan kedua menyatakan setuju atau sangat setuju terkait pemahaman mereka, sedangkan narasumber ketiga menyatakan setuju meskipun merasa bahwa implementasi fitur untuk melindungi hak konsumen masih perlu ditingkatkan.

Perasaan Aman dalam Bertransaksi

Narasumber pertama merasa aman karena adanya perlindungan konsumen di Shopee, tetapi tidak secara eksplisit menyatakan frekuensi belanja yang tinggi, "Saya merasa aman dalam bertransaksi di shopee hanya saja saya tidak begitu sering berbelanja secara online". Sedangkan narasumber kedua meskipun sering berbelanja, merasa perlindungan konsumen Shopee masih perlu ditingkatkan untuk memberikan rasa aman sepenuhnya, "Saya memang sering belanja di Shopee, tapi menurut saya perlindungan konsumennya masih kurang maksimal. Harusnya mereka bisa bikin kita lebih merasa aman". Kemudian narasumber ketiga merasa cukup aman, namun kurang yakin terhadap fitur perlindungan konsumen yang ada "Sebenarnya saya merasa cukup aman pakai layanan ini, tapi masih agak ragu sama fitur perlindungan konsumennya"

Pengetahuan Mengenai Prosedur Pengajuan Komplain

Narasumber pertama dan kedua memahami prosedur pengajuan komplain dengan baik hal ini disampaikan oleh narasumber pertama dan kedua secara berurutan yaitu "Paham sama prosedur pengajuan komplain karena Sudah pernah ngalamin juga, jadi sudah ngerti alurnya", "Saya yakin banget saya memahami prosedurnya, soalnya udah sering ngurusin hal kayak gini". Narasumber kedua bahkan sangat yakin dengan pengetahuannya. Sedangkan di sisi lain, narasumber ketiga merasa kurang memahami prosedur ini, menunjukkan adanya kebutuhan akan edukasi lebih lanjut "Jujur saja, saya kurang ngerti sama prosedurnya. sepertinya saya butuh penjelasan lebih biar nggak salah langkah".

Kepercayaan terhadap Informasi Produk dan Langkah Penanganan Penipuan

Pada saat wawancara narasumber pertama menjelaskan bahwa “Informasi produk yang diberikan di deskripsi aplikasi Shopee sangat jelas dan akurat sehingga saya percaya akan informasi produk yang dijual”. Sedangkan narasumber kedua juga mengatakan “Di shopee terdapat fitur untuk melihat komentar atau *review* dari pembeli lain sehingga dapat memperkuat deskripsi dari produk yang tertera”. Narasumber pertama dan kedua percaya bahwa Shopee memberikan informasi produk yang jelas, namun narasumber pertama masih ragu-ragu terhadap langkah-langkah penanganan penipuan hal ini disampaikan oleh narasumber pertama yang mengatakan “Sebelumnya tidak pernah mengalami penipuan dalam belanja online sehingga tidak yakin dapat mengatasi permasalahan tersebut”. Sedangkan narasumber ketiga menyatakan tidak setuju bahwa dirinya memahami langkah-langkah untuk menangani penipuan, hal ini dengan tegas dikatakan bahwa “Saya belum ngerti banget ya soal langkah-langkah untuk menangani penipuan. Jadi, kalau dibilang saya paham, sepertinya tidak.”

Pentingnya Pendidikan Perlindungan Konsumen

Narasumber pertama mengatakan bahwa “Seseorang yang menggunakan aplikasi belanja online harusnya tau tentang resiko berbelanja secara *online* serta memiliki pengetahuan akan keamanan dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*”. Begitu juga narasumber kedua yang mengatakan “Tidak sedikit terjadi kecurangan atau penipuan dalam transaksi yang dilakukan dalam kegiatan jual beli *online* oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dalam melakukan belanja secara *online*”. Serta narasumber ketiga percaya bahwa kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi kecurangan dalam belanja di platform *E-commerce* atau *market place* sangat diperlukan “Untuk menghindari penipuan jual beli secara online para konsumen perlu mengetahui bahaya serta antisipasi dan perlakuan dalam menghadapi hal tersebut”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga narasumber sepakat bahwa pendidikan tentang perlindungan konsumen sangat penting untuk meningkatkan keamanan bertransaksi online.

Pembahasan

Hasil wawancara dengan tiga narasumber yang memiliki latar belakang pendidikan berbeda memberikan gambaran yang beragam mengenai pandangan mereka terhadap perlindungan konsumen dan kepercayaan dalam pembelian barang di Shopee. Narasumber yang terlibat berasal dari SMA Negeri 3 Pasuruan, SMK Negeri 1 Pasuruan, dan SMA Muhammadiyah 1 Pasuruan. Berikut adalah penjelasan detail dari temuan yang diperoleh:

Frekuensi dan Kepuasan dalam Berbelanja di Shopee

Terkait frekuensi belanja, terdapat variasi yang cukup mencolok. Narasumber pertama jarang berbelanja di Shopee dan merasa ragu terhadap kepuasan barang yang diterima. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpercayaan yang memengaruhi intensitas belanja online. Sebaliknya, narasumber kedua dan ketiga sering berbelanja di Shopee dan menyatakan puas dengan barang yang diterima. Namun, narasumber ketiga mengungkapkan bahwa meskipun merasa puas, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam fitur perlindungan konsumen.

Ketidaksesuaian persepsi antara kepuasan dan keamanan dalam bertransaksi ini mengindikasikan bahwa pengalaman berbelanja yang memuaskan belum tentu mencerminkan kepercayaan penuh terhadap sistem perlindungan konsumen yang ada. Oleh karena itu, platform e-commerce perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi rasa percaya konsumen, seperti transparansi dan kejelasan fitur perlindungan.

Pemahaman Hak dan Kewajiban Konsumen

Semua narasumber menunjukkan pemahaman yang baik tentang hak konsumen dan kewajiban penjual. Narasumber pertama dan kedua menyatakan tingkat pemahaman yang tinggi dan yakin terhadap perlindungan konsumen di Shopee. Namun, narasumber ketiga merasa bahwa implementasi fitur untuk melindungi hak konsumen masih perlu diperbaiki. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun pemahaman tentang konsep hak konsumen sudah baik, ekspektasi terhadap pelaksanaannya belum sepenuhnya terpenuhi.

Pengetahuan ini penting sebagai fondasi bagi konsumen dalam mengambil langkah preventif terhadap potensi risiko dalam transaksi online. Namun, tantangan utamanya adalah bagaimana Shopee dapat mengintegrasikan edukasi konsumen dengan peningkatan kualitas fitur agar persepsi terhadap perlindungan menjadi lebih kuat.

Perasaan Aman dalam Bertransaksi

Perasaan aman saat bertransaksi menjadi aspek krusial dalam membangun kepercayaan konsumen. Narasumber pertama merasa aman berbelanja di Shopee meskipun tidak sering melakukannya. Sementara itu, narasumber kedua yang lebih sering berbelanja menilai perlindungan konsumen Shopee masih kurang maksimal, meskipun ia tetap memanfaatkan platform tersebut. Adapun narasumber ketiga merasa cukup aman, tetapi mengaku masih ragu terhadap efektivitas fitur perlindungan konsumen yang tersedia.

Ketiga narasumber ini mengungkapkan bahwa meskipun sistem perlindungan sudah ada, rasa percaya penuh belum tercipta. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan yang lebih

proaktif, seperti memberikan jaminan atau edukasi tambahan terkait keamanan sistem pembayaran dan resolusi konflik.

Pengetahuan Mengenai Prosedur Pengajuan Komplain

Terdapat perbedaan signifikan dalam pemahaman prosedur pengajuan komplain. Narasumber pertama dan kedua mengaku memahami prosedur ini dengan baik karena sudah memiliki pengalaman terkait. Narasumber kedua bahkan merasa sangat yakin dengan pemahamannya. Di sisi lain, narasumber ketiga mengaku kurang memahami prosedur ini dan memerlukan penjelasan lebih lanjut agar tidak salah langkah.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung memainkan peran penting dalam membangun pemahaman tentang sistem pengajuan komplain. Namun, platform e-commerce seperti Shopee perlu memastikan bahwa konsumen yang belum memiliki pengalaman serupa tetap dapat memahami prosedur dengan mudah melalui edukasi dan panduan yang mudah diakses.

Kepercayaan terhadap Informasi Produk dan Langkah Penanganan Penipuan

Narasumber pertama dan kedua menilai bahwa informasi produk yang diberikan melalui deskripsi dan ulasan di Shopee cukup jelas dan akurat, sehingga mereka percaya terhadap keandalan informasi tersebut. Namun, narasumber pertama mengaku masih ragu terhadap kemampuan menangani penipuan karena tidak memiliki pengalaman sebelumnya. Hal ini berbeda dengan narasumber ketiga, yang secara terang-terangan mengungkapkan ketidakpahaman terkait langkah-langkah menangani penipuan di platform tersebut.

Ketidaktahuan mengenai langkah penanganan penipuan menjadi tantangan besar bagi Shopee untuk memberikan rasa aman yang menyeluruh bagi penggunanya. Perlu adanya panduan yang lebih terstruktur dan mudah diakses, misalnya dalam bentuk video tutorial atau simulasi interaktif.

Pentingnya Pendidikan Perlindungan Konsumen

Ketiga narasumber sepakat bahwa pendidikan mengenai perlindungan konsumen sangat penting untuk meningkatkan keamanan dalam bertransaksi online. Narasumber pertama menekankan pentingnya pemahaman risiko berbelanja online, sementara narasumber kedua menyoroti tingginya potensi kecurangan dalam transaksi digital. Narasumber ketiga menambahkan bahwa kemampuan untuk mengidentifikasi penipuan merupakan keterampilan yang harus dimiliki setiap konsumen.

Kesepakatan ini mengindikasikan perlunya kolaborasi antara platform e-commerce dan institusi pendidikan untuk mengedukasi konsumen. Program literasi digital dapat menjadi salah satu solusi untuk menciptakan konsumen yang cerdas, kritis, dan mampu melindungi dirinya sendiri saat bertransaksi di dunia digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen di Shopee menunjukkan pemahaman yang cukup baik, terutama dalam hal hak dan kewajiban konsumen serta prosedur pengajuan komplain. Namun, terdapat perbedaan tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi di Shopee, dengan narasumber yang lebih sering berbelanja cenderung lebih percaya pada layanan tersebut, meskipun ada kekhawatiran mengenai aspek perlindungan konsumen yang perlu ditingkatkan. Kesenjangan informasi terkait langkah-langkah penanganan penipuan juga ditemukan pada sebagian narasumber, yang menunjukkan perlunya edukasi lebih lanjut. Secara keseluruhan, semua narasumber sepakat bahwa pendidikan perlindungan konsumen sangat penting untuk meningkatkan rasa aman dan percaya dalam berbelanja online, terutama bagi siswa yang baru memulai pengalaman e-commerce.

Saran

Peningkatan Edukasi Perlindungan Konsumen: Diperlukan upaya lebih untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai perlindungan konsumen, termasuk langkah-langkah pengajuan komplain dan penanganan penipuan, agar mereka lebih siap dalam berbelanja online dengan aman.; **Kemudian peningkatan Fitur Perlindungan Konsumen di Platform E-Commerce:** Shopee dan platform e-commerce lainnya perlu meningkatkan fitur perlindungan konsumen, terutama dalam hal transparansi informasi produk dan penanganan penipuan, untuk membangun kepercayaan pengguna.; **Dan penyuluhan dan Sosialisasi untuk Siswa:** Mengadakan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi mengenai hak konsumen dan prosedur pengajuan komplain yang lebih terperinci kepada siswa, agar mereka dapat memahami dan memanfaatkan fitur perlindungan konsumen secara optimal saat berbelanja online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terutama kepada: Ketiga Narasumber Penelitian yang telah meluangkan waktu untuk memberikan wawancara dan informasi yang sangat berharga, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik. Tanpa partisipasi aktif dari narasumber, hasil penelitian ini tidak akan terwujud. Dan Dosen Pengampu Mata Kuliah yang telah memberikan bimbingan, Arahan, serta dukungan selama proses penelitian ini. Penulis sangat menghargai setiap masukan yang diberikan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, A., & Adinugraha, H. H. (2024). Pengaruh kepercayaan konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk melalui marketplace Shopee pada masyarakat Kabupaten Pekalongan. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 16(1), 19–25. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v16i1.2425>
- Ardiyanto, A., & Saputra, A. (2022). Perlindungan konsumen dalam jual beli online Shopee. *Meta Yurudis*, 2, 93–104.
- Cahyani, A. D., Agustiani, N., Aprianto, Y., & Malik, A. (2024). Analisis strategi marketing dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian online shop berbasis aplikasi Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. 4.
- Devi, R. S., & Simarsoit, F. (2020). Perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v2i2.644>
- Halizah, S. N., Infante, A., & Darmawan, D. (2022). Keterbentukan kepercayaan pelanggan Shopee melalui kualitas hubungan, reputasi, dan keamanan marketplace. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 256–261. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1712>
- Hosen, M., & Hidayah, L. N. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen pada situs belanja online Shopee ditinjau dari perundang-undangan. *Zaaken Journal of Civil and Business Law*, 1(1), 73–88.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Jalil, A., & Safrianto, A. S. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(2), 756–766. <https://doi.org/10.35137/jei.v24i2.1099>

- Khatimah, H. (2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi Lazada dan Shopee. *Lex LATA*, 4(3), 384–404. <https://doi.org/10.28946/lexl.v4i3.1757>
- Marsalin, D. A., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, brand image, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada pengguna e-commerce Shopee (Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Sukoharjo). *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(3), 192–214.
- Nor Inahuhidayah, S., Deasy Nurmasita, U., Wawan Gunawan, M., Sedy Handayani, T., & Adiningrum, S. (2024). Analisis penggunaan aplikasi Shopee terhadap minat belanja mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pontianak. *Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Belanja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pontianak*, 10, 90–102. Retrieved from <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>
- Permata, S., & Haryanto, H. (2022). Perlindungan hukum terhadap pengguna aplikasi Shopee Pay Later. *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*, 4(1), 33–47. <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>
- Sihombing, R. E., Gede, M., Karma, S., Hukum, F., & Udayana, U. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (Hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan). 6, 58–70.
- Tia Mahardhika, W., Fauzi, A., Lestin Anggraeni Supu, A., Galuh Purnama, L., Galuh Purnama, L., Fadilah, S., & Airani, V. (2023). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online shop pada marketplace Shopee (Studi pustaka manajemen sekuriti). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(1), 121–129. <https://doi.org/10.38035/jim.v2i1.239>
- Undang-undang. (2020). Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 3(8), 1–220.