



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pembelian Produk Secara On Line

Milawartati T. Ruslan¹

¹Fakultas Hukum, Universitas Tompotika Luwuk

²Koresponden Penulis, E-mail: wartatimila@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian menganalisis tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam pembelian produk secara on line dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian produk secara on line?. Tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui dan menganalisa tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam pembelian produk secara on line, dan untuk menganalisa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian produk secara on line. Metode penelitian ini yaitu normatif, bersumber dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Kesimpulan: perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian produk secara on line didasarkan atas dua hal yaitu, perlindungan hukum berdasarkan perjanjian (kontrak elektronik) yang dilakukan antar para pihak terhadap suatu produk yang pembeliannya dilakukan secara on line dan perlindungan hukum berdasarkan regulasi yang ada.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Konsumen; Perdagangan Elektronik

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the responsibility of business actors to consumers in purchasing products online and legal protection to consumers in purchasing products online. The purpose of this study is to identify and analyze the responsibilities of business actors to consumers in purchasing products online, and to analyze legal protection for consumers in purchasing products online. This research method is normative, sourced from primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. Conclusion: legal protection for consumers in purchasing products online, legal protection based on agreements (electronic contracts) made between parties for a product whose purchases are made online and legal protection based on existing regulations.

Keywords: Legal protection; Consumer; E-Commerce

PENDAHULUAN

Dewasa ini pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh kemajuan informasi dan teknologi. Kemajuan teknologi akan meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industri baik dari aspek teknologi industri maupun pada aspek jenis produk yang dihasilkan (Djadjuli, 2017). Hal ini tentu akan menimbulkan dampak perkembangan teknologi di dunia industri yaitu terjadinya perdagangan secara elektronik dengan memanfaatkan fasilitas internet dimana pelaku usaha menggunakan sistem pemasaran secara *on line* atau yang lebih dikenal dengan *online shop* (Oktaviani & Rustandi, 2018). *Online shop* dikategorikan sebagai transaksi *electronic comenrce* atau disingkat *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi elektronik menyatakan bahwa: “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya” (Akhmaddhian & Agustiwi, 2016).

Perdagangan elektronik dengan menggunakan sistem penjualan secara *online* ini banyak digandrungi oleh konsumen dan pelaku usaha dalam membeli dan memasarkan produknya (Fauziah, 2020). Hal ini dikarenakan banyak kemudahan yang diberikan oleh aplikasi ini, namun terdapat pula kelemahannya. Adapun aplikasi yang dapat digunakan yaitu *facebook, instagram, twitter, blackberry messenger, web*, dan lain-lain.

Online shop merupakan fasilitas yang disajikan oleh internet, hal ini tentunya memberikan banyak kemudahan salah satunya efisiensi waktu bagi konsumen untuk berbelanja, tanpa harus membuang waktu dan tenaga (Syahribulan, 2019). Disamping itu, dapat memberikan dampak positif bagi pelaku usaha salah satunya menghemat biaya dan waktu untuk memasarkan produknya dengan cara mengunggah foto produk disertai deskripsi singkat tentang produk yaitu barang dan jasa yang ditawarkan (Rerung, 2018). Adapun barang yang ditawarkan berupa elektronik, asesoris, pakaian, sepatu, sandal, tas, kosmetik, perabot rumah tangga, alat tulis, makanan, minuman, dan lain sebagainya. Sedangkan jasa yang ditawarkan berupa jasa pembuatan aplikasi mobile, jasa analisa data, jasa pembuatan *webside personal, blog, online shop, company profile, jasa maintenance website, jasa reviuw produk, jasa bikin logo perusahaan/desain grafis, jasa marketing online*, dan lain sebagainya (Andramawan, Umami & Saleh, 2018).

Metode berbelanja sistem *online*, secara fisik antara konsumen dan pelaku usaha tidak bertatap muka secara langsung, sehingga memungkinkan pelaku usaha melakukan kecurangan-kecurangan yang dapat mengakibatkan kerugian konsumen (Rohimah, 2018). Hal ini akan memunculkan permasalahan dipihak konsumen misalnya, berkaitan dengan fisik dan kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ditawarkan, adanya biaya tambahan karena dikenakan biaya pengiriman, adanya keterlambatan dalam pengiriman barang, terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran melalui transfer, dan lain-lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Pembelian produk secara *online* memiliki resiko yang tinggi, hal ini dikarenakan konsumen tidak mengetahui kondisi barang yang sebenarnya karena tidak melihat barang secara langsung tentang spesifikasi dan kualitas barang yang dibeli (Pitriani & Purnama, 2015).

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagaimana termuat dalam Pasal 7 huruf g menyatakan bahwa: “pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian” (Setyawati & Rasyid, 2017). Hal ini tentunya berkaitan dengan

tanggung jawab pelaku usaha yang tidak dapat diabaikan jika terbukti melakukan penipuan dalam memasarkan produknya, selanjutnya dalam Pasal 8 UUPK menyatakan bahwa: “pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. hal ini berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha agar memperhatikan kondisi barang yang ditawarkan melalui *online shop* sebelum barang tersebut dikirim.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka permasalahan penelitian ini, adalah bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam pembelian produk secara *on line*, dan bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian produk secara *on line*. Tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui dan menganalisa tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam pembelian produk secara *on line*, dan untuk menganalisa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian produk secara *on line*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis/tipe yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*), yaitu Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang- Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah No.82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), selain itu juga menggunakan pendekatan konseptual untuk kepentingan analisis yang kemudian akan ditelaah melalui permasalahan penelitian.

PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Pembelian Produk secara *Online*

1. Hak Konsumen Atas Produk Barang yang Dibeli secara *Online*

Berkaitan dengan pembelian produk barang secara *online* untuk memenuhi kebutuhan manusia, dalam praktiknya konsumen memiliki kebutuhan, diantaranya kebutuhan akan suatu produk, dan kebutuhan rasa aman, nyaman dalam mengkonsumsi produk tersebut. hal ini sebagaimana termuat dalam Pasal 4 UUPK tentang hak-hak konsumen, yaitu:

1. Hak atas Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

8. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi, dan atau penggantian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lain.

Selain kesembilan hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK, terdapat dua hak konsumen yang berhubungan dengan produk *liability*, yaitu:

1. Hak untuk mendapatkan barang yang memiliki kuantitas dan kualitas barang yang aman. Hak ini dimaksudkan bahwa konsumen harus dilindungi dalam membeli produk barang sesuai dengan kuantitas dan kualitas mutunya. Minimya pengetahuan konsumen atas suatu produk barang yang dibeli sering kali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang lebih besar. Pelaku usaha dapat melakukan kecurangan-kecurangan dengan cara mendikte pasar dengan menaikkan harga. Hal ini tentu akan membuat konsumen berada pada posisi lemah karena dihadapkan dengan ketiadaan pilihan. Selain itu konsumen dihadapkan pada kondisi untuk memilih, “jika setuju, beli, dan jika tidak setuju silahkan cari ke *online lshop* lainnya. Pada situasi seperti ini, konsumen dihadapkan pada pilihan lain untuk mencari alternatif produk barang lainnya yang mungkin kualitasnya dibawah atau buruk.
2. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian
Hak ini dimaksudkan,, jika produk barang yang dibeli terdapat cacat, rusak, atau telah membahayakan konsumen, maka ia mempunyai hak untuk meminta ganti kerugian yang sesuai dengan nilai tukar dan yang sesuai dengan kualitas barang yang dibeli sebelumnya. Jenis ganti kerugian yang diklaim harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebagaimana didasarkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak, dalam hal ini konsumen tidak dapat menuntut ganti kerugian secara berlebihan, kecuali barang yang dikonsumsi mengakibatkan kesehatannya terganggu.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas kerugian Yang Dialami Konsumen Dalam Pembelian Produk Secara *Online*

Di Indonesia tanggung jawab pelaku usaha untuk produk barang yang menyebabkan sakit, cedera, atau matinya konsumen pemakai produk tersebut, dapat diterapkan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 1367 Ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan :

“seseorang tidak saja bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada dibawah pengawasannya”.

Pasal ini menegaskan bahwa pelaku usaha sebagai pihak yang menghasilkan atau menjual produk wajib bertanggung jawab dengan cara menanggung kerugian baik materil maupun inmateril yang dialami oleh konsumen. Menurut hukum, pelaku usaha wajib melakukan pengawasan terhadap produk yang dihasilkan sebelum dipasarkan. Pengawasan tersebut harus dilakukan oleh lembaga terkait menurut keahliannya. Jika tidak, maka pelaku usaha dianggap lalai.

Dengan adanya produk *liability* maka kerugian pada barang yang dibeli secara *online*, maka konsumen dapat mengajukan tuntutan kepada pelaku usaha berdasarkan adanya kewajiban pelaku usaha untuk menjamin kualitas mutu suatu produk sebagaimana termuat dalam pasal 4 UUPK tersebut diatas. Tuntutan ini dapat dilakukan dengan mengikuti mekanisme sebagaimana yang telah disepakati oleh para pihak. Tuntutan ini dapat berupa pengembalian

barang sekaligus menuntut kembali harga pembelian atau penukaran barang dengan barang baru yang kualitasnya lebih baik. Tuntutan ini dapat dilakukan kepada penjual dalam hal ini adalah *on line shop*.

Adanya cacat-cacat yang tersembunyi pada barang yang dibeli, konsumen dapat mengajukan tuntutan atau aksi pembatalan jual beli, dengan ketentuan hal tersebut dimajukan dalam waktu singkat, dengan perincian sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 1508 KUH Perdata, yaitu sebagai berikut:

1. Jika cacat tersebut dari semula diketahui oleh penjual (*online shop*), maka penjual tersebut wajib mengembalikan harga penjualan kepada pembeli dan ditambah dengan pembayaran ganti rugi, bunga, dan biaya pengiriman
2. Jika cacat ini benar-benar memang tidak diketahui oleh penjual (*online shop*), maka penjual hanya berkewajiban mengembalikan harga penjualan serta biaya pengiriman
3. Jika barang yang dibeli musnah sebagai akibat yang ditimbulkan oleh cacat yang tersembunyi, maka penjual tetap wajib mengem balikan harga penjualan kepada pembeli. Terkecuali apabila penjual telah meminta diperjanjikan tidak menanggung sesuatu apapun dalam hal adanya cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya (Pasal 1506 KUH Perdata), maka hal itu berarti bahwa adanya cacat tersembunyi pada barang yang dibeli menjadi resiko pembeli sendiri.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pembelian Produk Barang Secara *Online*

1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Perjanjian (Kontrak Elektronik)

Pada prinsipnya Perlindungan terhadap konsumen atas produk barang dan jasa terkait dengan perlindungan terhadap kesehatan/harta konsumen. Perlindungan atas barang dan jasa dimaksudkan sebagai perlindungan konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan perlindungan yang demikian maka, konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarkan.

Terkait dengan pembelian produk barang secara *online*, maka perlindungan terhadap konsumen didasarkan pada perjanjian atau kontrak elektronik dapat terjadi dalam bentuk kesepakatan pada saat pihak yang menerima penawaran memberi jawaban atas penawaran dengan cara mengikuti syarat dan ketentuan yang diberlakukan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 47 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), kontrak elektronik dianggap sah apabila:

1. Terdapat kesepakatan para pihak
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Terdapat hal tertentu
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Selanjutnya, Pasal 48 Ayat (3) PP PSTE, kontrak elektronik harus memuat sebagai berikut:

1. Data identitas para pihak
2. Objek dan spesifikasi

3. Persyaratan transaksi elektronik
4. Harga dan biaya
5. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak
6. Ketentuan yang memberikan hak kepada para pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi.

Berdasarkan Pasal 49 Ayat (1) ditegaskan pula bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Selanjutnya Pasal 49 Ayat (3) menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Jika pelaku usaha menyimpang dari kontrak yang telah dibuat sebagaimana penjelasan pada pasal tersebut diatas, dalam hal ini pelaku usaha mengirim barang tidak sesuai dengan foto yang diunggah hal ini dapat dikatakan pelaku usaha lalai (wanprestasi). Menurut Subekti dalam bukunya tentang "Hukum Perjanjian", wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi, yaitu:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan
3. Melakukan apa yg dijanjikan tetapi terlambat
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

2. **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan**

Peraturan perundang-undangan dalam bidang perlindungan konsumen dapat dilihat pada hasil inventarisasi peraturan perundang-undangan yang dilakukan dalam rangka penyusunan rancangan akademik tentang perlindungan konsumen. Hasil inventarisasi tersebut dibagi dalam delapan bidang, yaitu bidang kesehatan dan obat-obatan, makanan dan minuman, alat-alat elektronik, kendaraan bermotor, metrology dan tera, industry, pengawasan mutu barang dan lingkungan hidup. Berdasarkan inventarisasi tersebut lahirlah Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang merupakan pengikat dari berbagai ketentuan perundang-undangan dibidang perlindungan konsumen.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan
5. Memadukan penyelenggaraan pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Perlindungan terhadap konsumen di sektor perdagangan tidak hanya diatur dalam UUPK, mengingat bahwa perdagangan berkembang dengan pesat seiring dengan kemajuan teknologi

informasi dan transaksi elektronik. Pelaku usaha tidak hanya menjalankan usaha perdagangan secara konvensional tetapi telah bergeser kearah perdagangan elektronik dengan memanfaatkan teknologi informasi dan transaksi elektronik atau dikenal dengan *e-commerce*. Olehnya itu diperlukan adanya aturan perundang-undangan yang mengatur arus transaksi elektronik agar dapat menciptakan iklim perdagangan dan perekonomian yang kondusif bagi pengguna teknologi informasi.

Adapun yang menjadi dasar hukum perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik adalah Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE

KESIMPULAN

1. Pelaku usaha *e-commerce* dalam hal ini adalah online shop tidak dapat melepaskan diri dari kewajibannya untuk bertanggung jawab atas suatu produk yang dibeli oleh konsumen sebagai akibat dari pemakaian atau penggunaan suatu produk atau yang berkaitan dengan barang-barang konsumen, hal ini tidak hanya semata-mata suatu produk yang sudah jadi secara keseluruhan tetapi juga termasuk komponen suku cadang. Selain itu tanggung jawab konsumen tidak hanya pada cacat produk tetapi juga pada ketiadaan barang yang dikirim. Pelaku usaha hendaknya mengutamakan hak-hak konsumen sebagaimana yang termuat dalam Pasal 4 UUPK.
2. Usaha pemerintah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam pembelian produk secara *online* dapat melalui Perjanjian (kontrak elektronik) maupun peraturan perundang-undangan. Hal ini telah dibuktikan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang kemudian dilakukan perubahan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 19 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE).

SARAN

Pelaku usaha *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen baik kerugian materil atau inmateril. Pelaku usaha *e-commerce* hendaknya memperhatikan hak-hak konsumen sebagaimana yang termuat dalam Pasal 4 UUPK. Dalam hal pembuatan syarat dan ketentuan dalam kontrak elektronik seyogyanya memuat hal-hal pokok sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 48 PP PSTE. Selain itu, saran penulis buat para konsumen, hendaklah konsumen harus lebih berhati-hati baik pada tahap pratransaksi, tahap transaksi dan purna transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmaddhian, S., & Agustiwi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 40-60.
- Andramawan, Y., Ummi, K., & Saleh, A. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Jasa Perbaikan Komputer, Laptop, dan Smartphone Berbasis Android. *IT (INFORMATIC TECHNIQUE) JOURNAL*, 6(1), 25-35.

- Djadjuli, R. D. (2017). Peningkatan Pembangunan Ekonomi Indonesia Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 9-23.
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45-53.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Pitriani, E., & Purnama, D. (2015). Dropshipping Dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 87-104.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Rohimah, A. (2018). Era digitalisasi media pemasaran online dalam gugurnya pasar ritel konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91-100.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syah Kuala Law Journal*, 1(3), 46-64.
- Syahribulan, S. (2019). Hubungan Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 1(2), 41-47.