



The Effectiveness of Digital Consumer Protection Law in Promoting Trust and the Growth of Online Economic Transactions

Althea Serafim Kriswandaru¹, Fatimah Azzahro Fachuda², Siti Sya'ada Alda Risma^{*3}

¹ *Fakultas Hukum, Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang, Jawa Tengah, Indonesia*

^{2,3} *Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*

E-mail: s.syaalda@gmail.com

<i>Article Info</i>	<i>Abstract</i>
Keywords: <i>Digital Consumer Protection</i> <i>Consumer Trust</i> <i>Online Transactions</i> <i>Legal Effectiveness</i> <i>Digital Economy</i>	<i>The development of the digital economy in Indonesia presents both opportunities and challenges that materially affect the effectiveness of legal protection for digital consumers. This study aims to examine the impact of digital consumer protection legislation on consumer trust and its subsequent effect on the growth of online economic transactions. A quantitative approach was employed, surveying 400 active digital consumers in Indonesia using an online survey, and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that the effectiveness of laws, especially with respect to regulatory clarity and personal data protection, poses a significant positive influence on consumer trust. Thus, it can be argued that trust drives consumers' intentions to continue digital transactions, leading to the continuous, sustainable growth of the digital economy. At the heart of this research is the legal-and-consumer-behavior approach integrated into an empirical model, with primary focus on the under-researched topic in Indonesia. Practically, this result provides a good platform for consumer-facing policymakers who want to design adaptive regulations and nudge businesses into adopting compliance as a strategy in their efforts to build digital consumer loyalty.</i>

DOI: <https://doi.org/10.51903/5ayj5t34>

Submitted: April 2025, Reviewed: May 2025, Accepted: June 2025

**Corresponding Author*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perdagangan dan jasa. Fenomena ekonomi digital kini menjadi bagian integral dari aktivitas masyarakat, ditandai dengan pertumbuhan signifikan transaksi daring melalui platform e-commerce, marketplace, aplikasi mobile, dan media sosial (Chen et al., 2025). Di era ini, konsumen tidak hanya membeli produk secara fisik, tetapi juga mengakses layanan, informasi, dan produk digital yang semuanya bergantung pada jaringan elektronik. Namun, seiring meningkatnya transaksi digital, muncul tantangan besar dalam hal perlindungan terhadap hak-hak konsumen, terutama menyangkut transparansi informasi, keamanan data pribadi, dan penyelesaian sengketa secara adil dan cepat (Ballaji, 2024). Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen digital menjadi sangat krusial dalam menjamin kepercayaan publik serta memastikan pertumbuhan yang sehat dan berkelanjutan dari ekonomi digital (Bayamlıoglu, 2022).

Data terbaru menunjukkan tingginya angka pengaduan konsumen terkait transaksi digital. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia melaporkan bahwa pada tahun 2023 terdapat lebih dari 11.000 pengaduan masyarakat terkait pelanggaran hak konsumen dalam transaksi digital, naik hampir 47% dibandingkan tahun sebelumnya (Kerti, 2023). Jenis aduan yang dominan mencakup penipuan e-commerce, pelanggaran privasi data, hingga ketidaksesuaian informasi produk. Di sisi lain, potensi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia terus meningkat. Penelitian (Mei-Teing Chong et al., 2023) memproyeksikan bahwa nilai ekonomi digital Indonesia akan mencapai US\$146 miliar pada tahun 2025. Angka ini mencerminkan bahwa pertumbuhan transaksi digital tidak sebanding dengan perlindungan hukum yang memadai, sehingga menimbulkan potensi risiko terhadap keberlanjutan ekonomi digital nasional (Ahi et al., 2023). Negara-negara seperti Uni Eropa telah mengantisipasi hal ini melalui perangkat hukum seperti General Data Protection Regulation (GDPR), sementara Indonesia masih dalam tahap implementasi Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi yang belum sepenuhnya berlaku efektif (Miller et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas perlindungan hukum konsumen di era digital. (Mardhatillah & Musthafa, 2024) menyoroti bahwa lemahnya penegakan hukum dan kurangnya literasi hukum konsumen menjadi faktor penghambat efektivitas perlindungan konsumen digital. Penelitian (Fedosov et al, 2025) menunjukkan bahwa peraturan hukum yang tidak adaptif terhadap perkembangan teknologi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen. Sementara itu, studi internasional oleh (Thota Chandrasekhar Yadav et al., 2024) menyimpulkan bahwa kejelasan dan ketegasan regulasi perlindungan data berdampak langsung terhadap loyalitas dan partisipasi konsumen dalam transaksi online. Walaupun literatur menunjukkan adanya hubungan antara aspek hukum dan kepercayaan konsumen, sebagian besar masih membahas isu-isu ini secara parsial dan normatif, tanpa pendekatan yang komprehensif dan berbasis data empiris (Mansur Khamitov et al., 2024).

Dari tinjauan literatur tersebut, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, khususnya terkait belum adanya studi yang secara kuantitatif dan sistematis mengukur efektivitas hukum perlindungan konsumen digital terhadap kepercayaan konsumen dan dampaknya terhadap pertumbuhan transaksi ekonomi online di Indonesia. Sebagian besar studi berfokus pada aspek normatif-regulatif, namun belum menganalisis secara mendalam keterkaitan antara peraturan hukum, implementasi, dan dampaknya terhadap perilaku konsumen (Brennecke, 2024). Kurangnya penelitian berbasis data primer mengenai persepsi konsumen terhadap perlindungan hukum dalam transaksi digital juga menjadi celah penting yang perlu diisi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengevaluasi efektivitas hukum tidak hanya dari sisi teks regulasi, tetapi juga dari perspektif pengalaman konsumen dan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi digital secara langsung (Durovic & Poon, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas hukum perlindungan konsumen digital di Indonesia dalam mendorong kepercayaan konsumen dan pertumbuhan transaksi ekonomi online. Secara

khusus, penelitian ini akan mengukur sejauh mana regulasi yang ada baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, maupun kebijakan sektoral dapat menciptakan rasa aman, transparansi, dan keadilan bagi konsumen, serta bagaimana kepercayaan tersebut berkontribusi pada peningkatan volume dan intensitas transaksi digital (Laksito et al., 2024). Regulasi yang efektif perlu mempertimbangkan dinamika perilaku konsumen di ranah digital yang terus berkembang. Selain itu, faktor literasi digital dan akses terhadap informasi juga memengaruhi sejauh mana konsumen merasa dilindungi oleh regulasi yang berlaku.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pendekatannya yang mengintegrasikan perspektif hukum dengan pendekatan perilaku konsumen digital melalui metode kuantitatif. Kebaruan dari penelitian ini tercermin dalam penyajian model analisis empiris untuk menilai efektivitas hukum perlindungan konsumen secara holistik, yang belum banyak diangkat dalam studi-studi terdahulu di Indonesia (Anja Rösner et al., 2020). Selain itu, penelitian ini juga menyoroti keterhubungan antara regulasi hukum dan faktor psikologis konsumen, seperti persepsi risiko, kepercayaan, dan keputusan bertransaksi secara daring (Aridor et al., 2023). Hal ini menawarkan pemahaman baru tentang bagaimana desain hukum dan kebijakan dapat dikembangkan berdasarkan hasil temuan ilmiah dan kebutuhan konsumen yang riil di lapangan (Koulu, 2024).

Kebaruan penelitian ini tidak hanya terletak pada penggunaan data primer berbasis survei, tetapi juga pada perbandingan langsung dengan temuan internasional. Jika di Uni Eropa misalnya, efektivitas GDPR terbukti memperkuat loyalitas konsumen (Fox et al., 2022), maka konteks Indonesia menghadapi tantangan berbeda berupa lemahnya penegakan hukum dan keterbatasan literasi digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan memperlihatkan bagaimana regulasi yang sama-sama bertujuan melindungi konsumen digital dapat menghasilkan dampak berbeda tergantung pada kondisi institusional dan sosial di masing-masing negara. Perbedaan konteks ini menjadi penting untuk dianalisis lebih dalam agar dapat memahami dinamika perlindungan data di negara berkembang.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang besar, baik secara teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, hasil penelitian ini memperluas wawasan tentang hubungan antara efektivitas hukum dan perilaku konsumen dalam konteks ekonomi digital (Wulf & Seizov, 2023). Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur di bidang hukum siber, perlindungan konsumen, dan ekonomi digital di Indonesia. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika digital. Bagi pelaku usaha digital, penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui kepatuhan hukum. Sementara itu, bagi konsumen dan organisasi masyarakat sipil, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya hak-hak digital dan mekanisme perlindungannya (Calzada, 2021). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mendorong terbentuknya ekosistem transaksi digital yang aman, adil, dan berkelanjutan di Indonesia.

II. METODOLOGI

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan verifikatif, yang bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan hubungan antara efektivitas hukum perlindungan konsumen digital, tingkat kepercayaan konsumen, dan pertumbuhan transaksi ekonomi online di Indonesia. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk menguji hipotesis dan menganalisis keterkaitan antarvariabel secara sistematis berdasarkan data numerik. Penelitian ini bersifat deskriptif, karena menggambarkan kondisi objektif dari persepsi dan pengalaman konsumen digital. Sekaligus bersifat verifikatif, karena menguji pengaruh efektivitas regulasi terhadap kepercayaan dan perilaku konsumen menggunakan teknik statistik. Dengan desain ini, penelitian berupaya menyajikan hasil yang objektif, terukur, dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan kebijakan publik dan pengembangan regulasi di sektor digital.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen digital di Indonesia, yaitu individu yang melakukan transaksi daring melalui platform e-commerce, aplikasi mobile, atau media sosial. Karena cakupan populasi sangat luas, penelitian ini tidak dapat menjangkau seluruh populasi, sehingga digunakan metode pengambilan sampel. Metode yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria inklusi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah: berusia minimal 17 tahun, pernah melakukan minimal tiga kali transaksi digital dalam 12 bulan terakhir, dan memiliki pemahaman dasar atau pernah mendengar mengenai hak-hak konsumen digital atau isu perlindungan konsumen online. Jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 400 orang. Jumlah ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) 5% dan tingkat kepercayaan 95%. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk mewakili persepsi konsumen digital di Indonesia, serta memberikan kekuatan statistik yang cukup untuk analisis regresi.

C. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei daring (online survey), mengingat populasi sasaran adalah pengguna digital yang akrab dengan teknologi internet. Survei dilakukan melalui distribusi kuesioner digital menggunakan platform Google Forms yang dibagikan lewat media sosial, email, serta komunitas-komunitas konsumen digital. Langkah-langkah pengumpulan data adalah sebagai berikut: menyusun kuesioner berdasarkan indikator variabel penelitian; melakukan uji coba (pre-test) terhadap 30 responden untuk menguji kejelasan dan konsistensi instrumen; menyempurnakan kuesioner berdasarkan hasil pre-test; menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria; dan melakukan validasi data serta pembersihan (data cleaning), termasuk pemeriksaan pengisian ganda dan jawaban tidak logis. Proses pengumpulan data dilaksanakan selama empat minggu

agar memberikan waktu yang cukup untuk memperoleh jumlah responden sesuai target, sekaligus menghindari bias waktu seperti promosi diskon yang dapat mempengaruhi perilaku belanja.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup berbasis skala Likert (1–5), yang dikembangkan berdasarkan indikator dari tiga variabel utama, yaitu: efektivitas hukum perlindungan konsumen digital, kepercayaan konsumen, dan pertumbuhan transaksi digital. Variabel efektivitas hukum perlindungan konsumen digital mencakup dimensi kejelasan regulasi, penegakan hukum, transparansi informasi, mekanisme penyelesaian sengketa, dan perlindungan data pribadi. Variabel kepercayaan konsumen terdiri atas persepsi risiko, persepsi keamanan, keandalan platform, dan transparansi transaksi. Variabel pertumbuhan transaksi digital diukur melalui intensitas frekuensi transaksi, nilai transaksi, dan niat bertransaksi kembali. Contoh pernyataan dalam kuesioner antara lain: “Saya merasa aman dalam memberikan data pribadi saat bertransaksi online”, “Saya memahami hak saya sebagai konsumen digital berdasarkan hukum yang berlaku”, dan “Saya lebih sering bertransaksi jika merasa perlindungan konsumen digital sudah terjamin”. Sebelum digunakan secara luas, kuesioner diuji validitasnya menggunakan Corrected Item-Total Correlation, dan diuji reliabilitasnya menggunakan Cronbach’s Alpha. Hasil reliabilitas seluruh variabel adalah di atas 0,80 yang menunjukkan bahwa instrumen sangat reliabel untuk digunakan dalam pengukuran.

E. Prosedur Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dan dibersihkan, proses analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Langkah-langkah analisis diawali dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa item-item dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud dan konsisten. Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif statistik untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban pada masing-masing variabel penelitian. Untuk memastikan kelayakan model regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Analisis utama yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (efektivitas hukum) terhadap variabel dependen (kepercayaan dan pertumbuhan transaksi digital). Selain itu, dilakukan pula uji signifikansi (uji t dan uji F) serta koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kekuatan dan signifikansi hubungan antarvariabel. Model regresi ini memungkinkan interpretasi langsung terhadap pengaruh masing-masing aspek hukum terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan transaksional.

F. Langkah-Langkah Pelaksanaan Penelitian

Langkah-langkah pelaksanaan penelitian disusun secara sistematis agar proses dapat direplikasi oleh peneliti lain. Pertama, dilakukan perumusan variabel dan indikator penelitian berdasarkan tinjauan literatur yang relevan. Kedua, instrumen kuesioner disusun dan diuji coba untuk memperoleh validitas dan reliabilitas. Ketiga, kuesioner disebarakan secara daring kepada responden yang sesuai dengan

kriteria. Keempat, data yang terkumpul dilakukan pembersihan dan validasi. Kelima, data dianalisis menggunakan metode statistik kuantitatif melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Keenam, hasil analisis diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

G. Pertimbangan Etis

Penelitian ini memperhatikan aspek etis dalam pengumpulan dan pengelolaan data. Seluruh responden diberikan informed consent sebelum mengisi kuesioner, dengan penjelasan mengenai tujuan, manfaat, serta jaminan bahwa data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya. Identitas responden dijaga secara anonim dengan tidak mencantumkan nama atau informasi pribadi lainnya. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan tidak akan disebarluaskan kepada pihak ketiga. Tidak terdapat unsur paksaan dalam pengisian kuesioner. Jika penelitian ini dilakukan melalui institusi formal, maka persetujuan etik dari komite etik universitas atau lembaga terkait akan diajukan terlebih dahulu sebagai bentuk tanggung jawab akademik dan profesional.

III. HASIL DAN DISKUSI

Hasil

A. Penyajian Data Hasil Penelitian

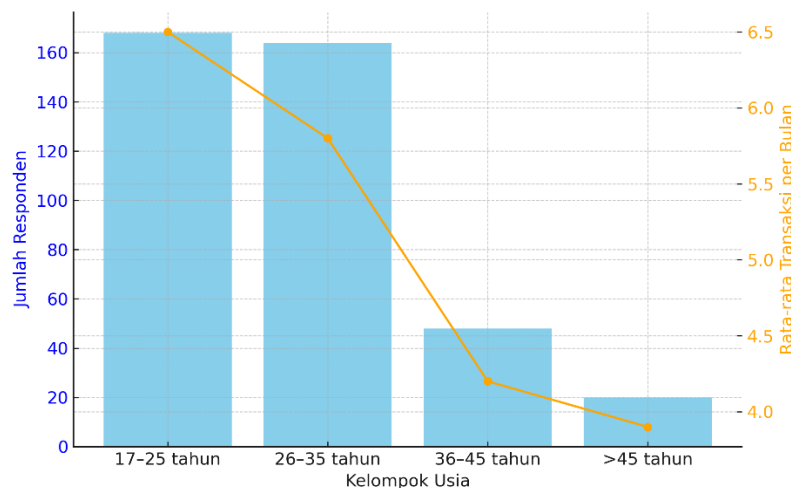
Penelitian ini memperoleh data dari 400 responden yang merupakan konsumen digital aktif di Indonesia. Responden dipilih berdasarkan kriteria purposive sampling, dengan karakteristik yang mencerminkan kelompok masyarakat pengguna transaksi digital, khususnya usia produktif dan berpendidikan tinggi. Data dikumpulkan melalui survei online dan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memberikan gambaran visual yang lebih jelas. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk fokus pada responden yang dianggap paling relevan dengan tujuan studi sehingga hasilnya lebih terarah dan kontekstual.

Tabel 1 menyajikan karakteristik responden penelitian, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir. Sebagian besar responden adalah perempuan (53%), berusia antara 17–35 tahun (83%), dan memiliki pendidikan minimal diploma atau sarjana (71,5%). Hal ini mengindikasikan bahwa partisipan dalam penelitian ini berasal dari kelompok usia muda dan berpendidikan, yang relevan sebagai target utama dalam ekonomi digital. Informasi ini penting untuk menegaskan bahwa hasil penelitian benar-benar mewakili persepsi pengguna aktif platform digital di Indonesia. Karena mayoritas responden adalah kelompok usia muda (83% berusia 17–35 tahun) dan berpendidikan tinggi (71,5% minimal Diploma/Sarjana), hasil penelitian ini terutama merefleksikan persepsi kelompok digital natives yang memang menjadi motor utama ekonomi digital. Namun, dominasi kelompok ini membatasi generalisasi ke seluruh populasi konsumen, terutama kelompok usia lanjut atau masyarakat dengan literasi digital rendah. Selain itu, distribusi responden lebih banyak berasal dari wilayah perkotaan di Jawa dan Kalimantan, sementara representasi daerah luar Jawa masih terbatas. Oleh karena itu, temuan penelitian ini harus dibaca dengan mempertimbangkan keterbatasan representasi geografis dan sosial-demografis.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden Penelitian (N = 400) Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pendidikan Terakhir

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	188	47,0
	Perempuan	212	53,0
Usia	17–25 tahun	168	42,0
	26–35 tahun	164	41,0
	36–45 tahun	48	12,0
	>45 tahun	20	5,0
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	72	18,0
	Diploma/S1	286	71,5
	S2/S3	42	10,5

Selain Tabel demografis, Gambar 1 menyajikan distribusi responden berdasarkan usia dan intensitas transaksi digital yang dilakukan setiap bulan. Hasil visualisasi menunjukkan bahwa kelompok usia 17–25 tahun memiliki frekuensi transaksi yang lebih tinggi dibanding kelompok usia lainnya. Rata-rata jumlah transaksi bulanan berkisar antara 4 hingga 7 kali per bulan, yang memperkuat fakta bahwa mayoritas responden adalah digital natives yang sudah terbiasa melakukan pembelian secara online. Gambar ini juga mempertegas hubungan antara kelompok usia produktif dan kecenderungan tinggi dalam melakukan aktivitas ekonomi digital.



Gambar 1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia dan Intensitas Transaksi Digital Bulanan

B. Hasil Berdasarkan Tujuan Penelitian

Hasil penelitian disusun berdasarkan tiga tujuan utama. Pertama, untuk mengevaluasi persepsi responden terhadap efektivitas hukum perlindungan konsumen digital; kedua, untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform digital; dan ketiga, untuk menilai kontribusi kepercayaan terhadap pertumbuhan transaksi digital. Penyajian hasil ini difokuskan pada tiga tabel inti yang menggambarkan skor rata-rata persepsi konsumen pada tiap variabel penelitian. Setiap tabel disusun untuk merefleksikan hubungan antarvariabel secara sistematis agar memudahkan interpretasi oleh pembaca.

Tabel 2 memperlihatkan skor rata-rata persepsi terhadap efektivitas hukum perlindungan konsumen digital. Lima indikator digunakan, yaitu kejelasan regulasi, penegakan hukum, transparansi informasi produk, mekanisme penyelesaian sengketa, dan perlindungan data pribadi. Kejelasan regulasi memperoleh skor tertinggi sebesar 4,11, diikuti oleh perlindungan data pribadi sebesar 4,07 dan transparansi informasi sebesar 4,03. Dua indikator lainnya, yaitu penegakan hukum (3,82) dan penyelesaian sengketa (3,76), memiliki skor yang lebih rendah namun masih berada dalam kategori “cukup tinggi”. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, konsumen menilai regulasi perlindungan hukum digital cukup efektif, meskipun aspek implementasi seperti penegakan dan penyelesaian sengketa perlu ditingkatkan.

Tabel 2. Skor Rata-rata Persepsi Konsumen terhadap Efektivitas Regulasi Perlindungan Hukum Digital di Indonesia (Skala Likert 1–5)

Indikator	Skor Rata-Rata (1–5)	Interpretasi
Kejelasan Regulasi	4,11	Tinggi
Penegakan Hukum	3,82	Cukup Tinggi
Transparansi Informasi Produk	4,03	Tinggi
Mekanisme Penyelesaian Sengketa	3,76	Cukup Tinggi
Perlindungan Data Pribadi	4,07	Tinggi

Tabel 3 menyajikan skor rata-rata dari empat dimensi yang membentuk kepercayaan konsumen terhadap platform digital, yaitu persepsi risiko, keamanan data, keandalan platform, dan transparansi transaksi. Dimensi dengan skor tertinggi adalah keandalan platform (4,10), disusul oleh transparansi transaksi (4,06) dan keamanan data (4,02). Dimensi persepsi risiko memiliki skor terendah (3,70), namun tetap masuk dalam kategori “cukup tinggi”. Hasil ini mencerminkan bahwa konsumen digital Indonesia umumnya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform digital, meskipun masih terdapat kekhawatiran yang bersifat residual terhadap potensi risiko.

Tabel 3. Skor Rata-rata Dimensi Kepercayaan Konsumen terhadap Platform Digital (Skala Likert 1–5)

Dimensi Kepercayaan	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Persepsi Risiko Rendah	3,70	Cukup Tinggi
Persepsi Keamanan Data	4,02	Tinggi
Keandalan Platform	4,10	Tinggi
Transparansi Transaksi	4,06	Tinggi

Selanjutnya, Tabel 4 menggambarkan skor rata-rata persepsi responden terkait pertumbuhan transaksi digital yang diukur melalui tiga indikator: frekuensi transaksi, nilai transaksi bulanan, dan niat bertransaksi ulang. Niat bertransaksi ulang memperoleh skor tertinggi sebesar 4,13, mengindikasikan bahwa konsumen yang merasa terlindungi secara hukum cenderung memiliki loyalitas terhadap aktivitas transaksi digital. Frekuensi dan nilai transaksi masing-masing mendapat skor 3,89 dan 3,77, yang juga menunjukkan kecenderungan positif dalam perilaku belanja digital. Data ini memberikan bukti kuat bahwa perlindungan hukum yang efektif memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital melalui kepercayaan konsumen.

Tabel 4. Skor Rata-rata Indikator Pertumbuhan Transaksi Digital (Frekuensi, Nilai, Dan Niat Bertransaksi Ulang) Berdasarkan Persepsi Responden (Skala Likert 1–5)

Indikator	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Frekuensi Transaksi	3,89	Cukup Tinggi
Nilai Transaksi Bulanan	3,77	Cukup Tinggi
Niat Bertransaksi Ulang	4,13	Sangat Tinggi

C. Hasil Uji Statistik atau Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh antarvariabel secara kuantitatif, digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji statistik disajikan dalam Tabel 5, yang memperlihatkan pengaruh efektivitas hukum terhadap kepercayaan konsumen, dan pengaruh kepercayaan terhadap pertumbuhan transaksi digital. Nilai koefisien B sebesar 0,562 menunjukkan bahwa efektivitas hukum memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kepercayaan konsumen, yang diperkuat oleh nilai t sebesar 11,642 dan tingkat signifikansi (p) sebesar 0,000. Hal ini berarti semakin baik efektivitas hukum, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital. Sementara itu, kepercayaan konsumen juga terbukti berpengaruh terhadap pertumbuhan transaksi digital, dengan koefisien B sebesar 0,475 dan nilai t sebesar 9,087. Nilai R² sebesar 0,583 menandakan bahwa 58,3% variasi pertumbuhan transaksi digital dapat dijelaskan oleh dua variabel independen tersebut, dan nilai F sebesar 112,341 (p < 0,001) menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan sangat signifikan.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda atas Pengaruh Efektivitas Regulasi terhadap Kepercayaan Konsumen dan Pertumbuhan Transaksi Digital

Model	Koefisien B	t	Sig. (p)	Interpretasi
Efektivitas Hukum → Kepercayaan	0,562	11,642	0,000**	Signifikan, pengaruh kuat
Kepercayaan → Pertumbuhan	0,475	9,087	0,000**	Signifikan, pengaruh moderat

Sumber: Data primer, diolah dengan SPSS 26, 2024.

D. Hasil Utama yang Signifikan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan inferensial, terdapat beberapa temuan utama yang signifikan. Pertama, efektivitas hukum perlindungan konsumen digital terbukti secara statistik meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan indikator utama terletak pada kejelasan regulasi dan perlindungan data pribadi. Kedua, kepercayaan konsumen berkontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan transaksi digital, khususnya dalam bentuk intensi untuk melakukan transaksi ulang. Ketiga, persepsi risiko yang masih relatif tinggi menjadi catatan penting bagi regulator dan pelaku usaha untuk terus memperkuat mekanisme perlindungan hukum dan keandalan sistem digital. Terakhir, model statistik yang digunakan menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel dalam penelitian ini bersifat signifikan dan relevan secara empiris, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan ilmiah dan dasar dalam pengambilan kebijakan hukum di era ekonomi digital. Hasil regresi yang menunjukkan hubungan signifikan antara efektivitas hukum, kepercayaan, dan pertumbuhan transaksi digital juga harus dipahami dalam konteks faktor eksternal yang belum diukur. Penetrasi teknologi di Indonesia yang

meningkat pesat, literasi digital yang masih timpang antarwilayah, serta faktor budaya kepercayaan terhadap platform asing merupakan determinan tambahan yang memengaruhi pola kepercayaan konsumen. Faktor-faktor ini membuka ruang penelitian lanjutan dengan model analisis yang lebih komprehensif.

Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas hukum perlindungan konsumen digital di Indonesia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang selanjutnya berkontribusi pada pertumbuhan transaksi ekonomi digital. Temuan ini menjawab tujuan utama penelitian, yaitu untuk menguji sejauh mana regulasi yang ada menciptakan rasa aman, transparansi, dan keadilan bagi konsumen dalam ekosistem digital. Skor rata-rata tertinggi pada dimensi efektivitas hukum ditemukan pada indikator kejelasan regulasi (4,11) dan perlindungan data pribadi (4,07), menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup terlindungi secara hukum dalam transaksi daring. Di sisi lain, skor tertinggi dalam kepercayaan konsumen terdapat pada keandalan platform (4,10) dan transparansi transaksi (4,06), memperlihatkan bahwa konsumen cenderung mempercayai platform digital yang beroperasi secara terbuka dan andal. Indikator pertumbuhan transaksi digital dengan skor tertinggi adalah niat bertransaksi ulang (4,13), yang mengindikasikan bahwa kepercayaan yang terbentuk dari efektivitas hukum dapat menciptakan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Dengan demikian, perlindungan hukum yang baik bukan hanya meningkatkan rasa aman, tetapi juga mendorong keterlibatan ekonomi yang lebih aktif dari konsumen digital (Dinh & Thanh, 2024).

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, khususnya studi yang dilakukan oleh (Celestin, 2025), yang menunjukkan bahwa kejelasan dan ketegasan regulasi perlindungan data serta konsumen secara langsung meningkatkan partisipasi konsumen dalam transaksi digital. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian (Cao, 2024), yang menekankan pentingnya transparansi hukum dalam membangun kepercayaan publik terhadap ekosistem digital. Penelitian ini memperkuat temuan-temuan tersebut dengan pendekatan empiris, menggunakan data primer dari konsumen digital Indonesia. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang bersifat normatif dan deskriptif seperti yang dilakukan oleh (Mohd Aripin et al., 2023), penelitian ini mengisi celah literatur dengan pendekatan kuantitatif dan sistematis, serta menguji langsung hubungan antarvariabel melalui uji regresi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan literatur dalam bidang perlindungan hukum konsumen digital, khususnya di konteks negara berkembang seperti Indonesia (Kurniawati & Nuvriasari, 2025).

Salah satu hasil yang perlu dicermati secara kritis adalah skor yang relatif lebih rendah pada indikator penegakan hukum (3,82) dan mekanisme penyelesaian sengketa (3,76). Meskipun konsumen menilai bahwa regulasi secara umum sudah cukup jelas dan transparan, implementasi regulasi dalam praktik masih belum sepenuhnya dirasakan efektif. Hal ini tercermin pula dalam penelitian mengenai e-commerce di Indonesia, yang menunjukkan lemahnya mekanisme pengawasan dan penegakan hukum

konsisten terhadap pelaku usaha daring (Yulianingsih & Putra, 2024). Ini mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan antara regulasi yang sudah dirancang dengan baik dan kemampuan institusi atau platform untuk menerapkannya secara konsisten dan responsif. Skor relatif rendah pada indikator penegakan hukum (3,82) dan mekanisme penyelesaian sengketa (3,76) konsisten dengan temuan Kementerian Komunikasi dan Informatika yang mencatat lebih dari 11.000 pengaduan konsumen digital pada 2023, dengan sebagian besar belum terselesaikan secara tuntas (Kerti, 2023). Data ini menunjukkan adanya gap implementasi yang nyata. Regulasi sudah tersedia, namun kapasitas institusional dan efektivitas mekanisme perlindungan konsumen masih lemah, baik pada lembaga pengawas maupun platform digital. Hal ini menegaskan perlunya strategi integratif antara regulasi, penegakan, dan edukasi konsumen.

Di sisi lain, dimensi persepsi risiko mendapatkan skor yang masih cukup tinggi (3,70), yang menunjukkan bahwa sebagian konsumen masih menyimpan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, meskipun sistem perlindungan hukum telah tersedia. Kekhawatiran ini dapat muncul dari pengalaman pribadi, paparan media terhadap kasus penipuan daring, atau minimnya informasi tentang mekanisme hukum yang tersedia. Temuan ini menegaskan perlunya peningkatan efektivitas dalam aspek implementasi hukum, khususnya dalam membangun sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa yang cepat, transparan, dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat (Olivos et al., 2023). Faktor-faktor sosial dan tingkat literasi digital juga dapat memengaruhi persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen dalam bertransaksi secara daring.

Dimensi persepsi risiko dengan skor 3,70 menunjukkan bahwa meskipun konsumen cukup percaya pada platform digital, kekhawatiran terkait penipuan, kebocoran data, dan keterbatasan mekanisme penyelesaian sengketa masih signifikan. Kekhawatiran ini dipengaruhi pengalaman pribadi atau orang terdekat, pemberitaan kasus penipuan daring, serta rendahnya literasi konsumen digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Qu et al., 2024), yang menunjukkan bahwa ketakutan terhadap penipuan siber memengaruhi perilaku kehati-hatian konsumen muda di Asia. Di Indonesia, persepsi risiko yang belum sepenuhnya tereduksi dapat membatasi partisipasi konsumen, terutama pada kelompok usia lebih tua dan masyarakat dengan literasi digital rendah. Hasil ini menekankan pentingnya strategi edukasi publik sistematis melalui kampanye nasional, kurikulum pendidikan, dan kolaborasi dengan platform digital untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang hak hukum, mekanisme pengaduan, dan transaksi aman. Edukasi semacam ini diharapkan menurunkan persepsi risiko sekaligus memperkuat kepercayaan dalam ekosistem ekonomi digital.

Dari perspektif teoretis, hasil penelitian ini dapat dipahami menggunakan kerangka Friedman's Legal System Model, yang menekankan tiga elemen efektivitas hukum: substansi (aturan tertulis), struktur (lembaga pelaksana), dan kultur (kepatuhan masyarakat). Skor tinggi pada aspek substansi (kejelasan regulasi) namun rendah pada aspek struktur (penegakan & sengketa) menegaskan adanya ketidakseimbangan antar komponen sistem hukum. Selain itu, teori kepatuhan hukum menjelaskan

bahwa kepercayaan masyarakat terhadap hukum dipengaruhi bukan hanya oleh ancaman sanksi, tetapi juga oleh legitimasi institusi dan persepsi keadilan. Hal ini menjelaskan mengapa meskipun regulasi ada, konsumen tetap menyimpan keraguan jika mekanisme implementasi tidak dirasakan adil dan efektif.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang efektivitas hukum dalam konteks digital dengan menunjukkan bahwa hukum tidak hanya memiliki fungsi normatif, tetapi juga berperan sebagai instrumen pembentuk perilaku konsumen dan peningkatan kepercayaan publik. Hasil penelitian ini memperkuat pendekatan interdisipliner antara studi hukum dan perilaku konsumen digital, dan berkontribusi terhadap pengembangan teori efektivitas regulasi dalam ekonomi digital (Miller et al., 2024). Secara praktis, penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan organisasi masyarakat sipil. Bagi pemerintah, hasil ini menunjukkan pentingnya memperkuat penegakan hukum dan menyediakan saluran penyelesaian sengketa yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Bagi pelaku usaha digital, kepatuhan terhadap peraturan yang menjamin perlindungan konsumen dapat menjadi strategi penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Sementara itu, organisasi masyarakat sipil dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar advokasi untuk meningkatkan literasi hukum digital masyarakat dan memperjuangkan hak-hak konsumen di era digital (Rishabh Kaushal et al., 2024).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, metode pengumpulan data melalui survei daring dapat menyebabkan bias dalam pemilihan responden, karena hanya individu dengan akses internet dan literasi digital yang baik yang dapat berpartisipasi. Kedua, desain penelitian ini bersifat cross-sectional, sehingga tidak memungkinkan untuk melihat dinamika perubahan persepsi konsumen terhadap regulasi dalam jangka panjang. Ketiga, distribusi demografis responden yang cenderung didominasi oleh usia muda dan kelompok berpendidikan tinggi mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi konsumen digital di seluruh Indonesia (Arief Helmi et al., 2023). Meskipun demikian, hasil yang diperoleh tetap relevan untuk menggambarkan persepsi kelompok konsumen aktif yang menjadi target utama ekonomi digital saat ini.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, studi mendatang disarankan menggunakan pendekatan mixed-method, dengan menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif agar dapat menggali lebih dalam pengalaman subjektif konsumen terhadap perlindungan hukum digital. Kedua, penelitian longitudinal sangat dibutuhkan untuk mengamati perubahan persepsi dan perilaku konsumen seiring implementasi kebijakan baru, seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang belum sepenuhnya diterapkan (Meier & Krämer, 2024). Ketiga, cakupan geografis dan sosial ekonomi responden perlu diperluas, termasuk menjangkau wilayah rural atau kelompok masyarakat yang kurang terpapar teknologi, agar hasil penelitian lebih inklusif dan representatif. Keempat, penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa berbasis teknologi, seperti online dispute resolution

(ODR), yang potensial menjadi solusi penyelesaian sengketa digital secara cepat dan efisien (Isaac, 2024).

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas hukum perlindungan konsumen digital di Indonesia memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan konsumen, yang secara langsung berdampak pada pertumbuhan transaksi ekonomi digital. Hasil ini menegaskan bahwa kejelasan regulasi dan perlindungan data pribadi merupakan fondasi utama dalam membangun persepsi hukum yang kuat di kalangan konsumen. Kepercayaan yang terbentuk dari persepsi tersebut terbukti meningkatkan intensi konsumen untuk terus bertransaksi, sehingga menciptakan kontribusi nyata terhadap dinamika ekonomi digital nasional. Aspek transparansi dalam kebijakan platform digital juga turut memperkuat rasa aman yang dirasakan konsumen dalam melakukan transaksi secara daring.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang peran hukum sebagai instrumen pembentuk perilaku dalam konteks ekonomi digital, serta memperkaya literatur yang mengintegrasikan pendekatan hukum dan perilaku konsumen. Pendekatan kuantitatif dan model empiris yang digunakan dalam penelitian ini memberikan kontribusi metodologis yang relevan bagi studi-studi hukum berbasis data di era digital. Secara praktis, temuan ini memberikan dasar ilmiah yang kuat bagi pembuat kebijakan untuk memperkuat efektivitas penegakan hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa digital yang lebih responsif. Bagi pelaku usaha digital, kepatuhan terhadap regulasi yang melindungi konsumen dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna. Penelitian ini juga bermanfaat bagi organisasi masyarakat sipil dalam mengadvokasi literasi hukum digital dan memperjuangkan hak-hak konsumen.

Implikasi kebijakan yang dapat ditarik dari penelitian ini mencakup beberapa aspek. Pertama, percepatan implementasi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) perlu dipastikan dengan membangun kapasitas lembaga pengawas yang independen. Kedua, sistem penyelesaian sengketa daring (Online Dispute Resolution/ODR) dapat menjadi solusi inovatif yang menjawab kebutuhan konsumen untuk memperoleh keadilan yang cepat dan biaya rendah. Ketiga, edukasi konsumen mengenai hak-hak digital harus diperkuat melalui kampanye nasional, kurikulum pendidikan, dan kolaborasi dengan platform e-commerce. Rekomendasi ini diharapkan mampu memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan keberlanjutan ekonomi digital di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berhasil menjawab tujuan yang telah dirumuskan, tetapi juga membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan inklusif, terutama terkait dinamika jangka panjang persepsi hukum digital serta pengembangan teknologi penyelesaian sengketa daring (ODR). Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan berbasis bukti (*evidence-based policy*) dalam merancang kerangka hukum yang adaptif, adil, dan berkelanjutan untuk ekonomi digital yang terus berkembang.

REFERENSI

- Ahi, A. A., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). E-commerce Policy and the Global Economy: A Path to More Inclusive Development? *Management International Review*, 63(1), 27–56. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00490-1>
- Anja Rösner, Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2020). The Impact of Consumer Protection in the Digital Age: Evidence from the European Union. *International Journal of Industrial Organization*, 73(330), 102585. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2020.102585>
- Aridor, G., Che, Y. K., & Salz, T. (2023). The Effect of Privacy Regulation on the Data Industry: Empirical Evidence from GDPR. *RAND Journal of Economics*, 54(4), 695–730. <https://doi.org/10.1111/1756-2171.12455>
- Arief Helmi et al. (2023). Characterizing Young Consumer Online Shopping Style: Indonesian Evidence. *Sustainability*, 15(5), 3988. <https://doi.org/10.3390/su15053988>
- Ballaji, N. (2024). Consumer Protection in the Era of Digital Payments: Legal Challenges and Solutions. *Beijing Law Review*, 15(3), 1268–1290. <https://doi.org/10.4236/blr.2024.153076>
- Bayamlıoglu, E. (2022). The Right to Contest Automated Decisions Under the General Data Protection Regulation: Beyond the So-Called “Right to Explanation.” *Regulation and Governance*, 16(4), 1058–1078. <https://doi.org/10.1111/regg.12391>
- Brenncke, M. (2024). Regulating Dark Patterns. *Notre Dame Journal of International & Comparative Law*, 14(1), 39–79. <https://scholarship.law.nd.edu/ndjicl/vol14/iss1/5>
- Calzada, I. (2021). The Right to Have Digital Rights in Smart Cities. *Sustainability*, 13(20), 1–28. <https://doi.org/10.3390/su132011438>
- Cao, J. (2024). The Role and Role of Digital Governance in Improving Government Transparency and Citizen Engagement. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-3368>
- Celestin, P. D. M. (2025). How Emerging Data Protection Laws Are Reshaping Digital Marketing And Consumer Privacy Policies. In *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5188091>
- Chen et al. (2025). The Role of Cross-Border E-Commerce Platforms in the Digital Economy: Empower Firms to Gain Global Market Insights to Increase Global Competitiveness. *Journal of Digital Management*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s44362-024-00003-0>
- Dinh, L. C., & Thanh, H. P. (2024). Enforcement of Consumer Rights Protection Laws and Intention To Reuse Digital Financial Services Among Generation Z Youth: Empirical Evidence From Vietnamese Commercial Banks. *Banks and Bank Systems*, 19(4), 17–33. [https://doi.org/10.21511/bbs.19\(4\).2024.02](https://doi.org/10.21511/bbs.19(4).2024.02)
- Durovic, M., & Poon, J. (2023). Consumer Vulnerability, Digital Fairness, and the European Rules on Unfair Contract Terms: What Can Be Learnt from the Case Law Against TikTok and Meta? *Journal of Consumer Policy*, 46(4), 419–443. <https://doi.org/10.1007/s10603-023-09546-7>
- Fedosov et al. (2025). Privacy-Friendly and Trustworthy Technology for Society. *Digital Society*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s44206-025-00167-w>
- Fox, G., Lynn, T., & Rosati, P. (2022). Enhancing Consumer Perceptions of Privacy and Trust: A GDPR

- Label Perspective. *Information Technology and People*, 35(8), 181–204. <https://doi.org/10.1108/itp-09-2021-0706>
- Isaac, E. (2024). Effectiveness of Online Dispute Resolution Platforms in Managing E-commerce Disputes. *European Journal of Conflict Management (EJCM)*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.47672/ejcm.2080>
- Kerti, N. G. N. R. M. (2023). Consumer Protection Institutions Strengthening in the Digitalization Era. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(1), 55–63. <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i1.675>
- Koulu, R. (2024). Legal Design Patterns: New Tools for Analysis and Translations Between Law and Technology. *Digital Society*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s44206-024-00109-y>
- Kurniawati, A. F., & Nuvriasari, A. (2025). The Effect of Work Environment, Work-Life Balance, and Employee Engagement on Employee Loyalty. *Research Horizon*, 5(2), 97–108. <https://doi.org/10.54518/rh.5.2.2025.97-108>
- Laksito, J., Pratiwi, B., & Ariani, W. (2024). Harmonizing Data Privacy Frameworks in Artificial Intelligence: Comparative Insights from Asia and Europe. *Perkara: Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(4), 579–588. <https://doi.org/10.51903/perkara.v2i4.2229>
- Mansur Khamitov et al. (2024). Consumer Trust: Meta-Analysis of 50 Years of Empirical Research. *Journal of Consumer Research*, 51(1), 7–18. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucad065>
- Mardhatillah, D., & Musthafa, M. R. Al. (2024). Perbandingan Hukum Mengenai Kewenangan Penyidikan Perkara Pidana Antara Kejaksaan Indonesia dengan Korea Selatan. *Perkara: Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(1), 430–442. <https://doi.org/10.51903/perkara.v2i1.1820>
- Mei-Teing Chong et al. (2023). Digital Connectivity in Making Indonesia 4.0: A Priority for Digital Transformation. *Review of Economics and Finance*, 21, 430–437. <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.44>
- Meier, Y., & Krämer, N. C. (2024). A Longitudinal Examination of Internet Users' Privacy Protection Behaviors in Relation to Their Perceived Collective Value of Privacy and Individual Privacy Concerns. *New Media and Society*, 26(10), 5942–5961. <https://doi.org/10.1177/14614448221142799>
- Miller, K. M., Lukic, K., & Skiera, B. (2024). Harmonizing Data Privacy Frameworks in Artificial Intelligence: Comparative Insights from Asia and Europe. *Perkara: Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(4), 579–588. <https://doi.org/10.51903/perkara.v2i4.2229>
- Mohd Aripin, N., Nawansir, G., Mahmud, F., Ashraf Fauzi, M., Hussain, S., & Lee, K. L. (2023). Systematic Literature Review: Theory Perspective in Lean Manufacturing Performance. *Management Systems in Production Engineering*, 31(2), 230–241. <https://doi.org/10.2478/mspe-2023-0025>
- Olivos, F., Saavedra, P., & Dammert, L. (2023). Citizen Complaints as an Accountability Mechanism: Uncovering Patterns Using Topic Modeling. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 60(6), 740–780. <https://doi.org/10.1177/00224278221101119>
- Qu, J., Lin, K., Wu, Y., & Sun, I. Y. (2024). Fear and Perceived Risk of cyber Fraud Victimization

Among Chinese University Students. *Crime, Law and Social Change*, 82(3), 543–562. <https://doi.org/10.1007/s10611-024-10155-9>

Rishabh Kaushal et al. (2024). Automated Transparency: A Legal and Empirical Analysis of the Digital Services Act Transparency Database. *2024 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, FAccT 2024*, 1(1), 1121–1132. <https://doi.org/10.1145/3630106.3658960>

Thota Chandrasekhar Yadav, Kala, K., Kolachina, R. I. R., Kanneganti, M. C., & Pasupuleti, S. S. (2024). Data Privacy Concerns and their Impact on Consumer Trust in Digital Marketing. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(11), 1–7. <https://doi.org/10.55041/ijsrem38555>

Wulf, A. J. & Seizov, O. (2023). How to Improve Consumers' Understanding of Online Legal Information: Insights from A Behavioral Experiment. *European Journal of Law and Economics*, 56(3), 559–584. <https://doi.org/10.1007/s10657-022-09755-4>

Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2024). Analisis Yuridis tentang Perlindungan Konsumen pada E-Commerce di Indonesia: Pendekatan Yuridis-Normatif. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, 2(4), 842–856. <https://doi.org/10.51903/hakim.v2i4.2204>