

Literasi Digital Kemanusiaan dan Kepuasan Pengguna Shopee: Studi Survei pada Mahasiswa di Kota Semarang

Yohanes Pembaptis Andika Cahyo Utomo *¹
Ranu Iskandar ²

^{1,2} Program Studi Pendidikan Kepelatihan Olahraga, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*e-mail: andikautomo269@students.unnes.ac.id¹, ranuiskandar@mail.unnes.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat literasi digital kemanusiaan dan kepuasan pengguna platform Shopee di kalangan mahasiswa di Kota Semarang. Shopee merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara yang menyediakan layanan jual beli daring melalui aplikasi berbasis web dan seluler. Studi ini menggunakan pendekatan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarluaskan secara daring kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik terhadap hak-hak sebagai konsumen digital, termasuk keamanan transaksi, kepercayaan terhadap penjual, dan kemudahan navigasi fitur. Aspek kemudahan navigasi mendapatkan skor kepuasan tertinggi, sedangkan kepercayaan terhadap penjual menjadi yang terendah. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kesadaran hak konsumen dan pengalaman berbelanja yang etis di era digital. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa edukasi literasi digital perlu diperkuat, terutama dalam menumbuhkan sikap kritis dan etis dalam ekosistem e-commerce.

Kata kunci: Literasi Digital, Konsumen, Shopee, E-Commerce, Mahasiswa

Abstract

This study aims to analyze the level of humanitarian digital literacy and user satisfaction on the Shopee platform among university students in Semarang, Indonesia. Shopee is one of the largest e-commerce platforms in Southeast Asia, offering online buying and selling services through web-based and mobile applications. The research employed a survey method using online questionnaires distributed to 100 respondents. The findings indicate that the majority of respondents have a strong understanding of their rights as digital consumers, including transaction security, trust in sellers, and ease of navigation. Ease of navigation received the highest satisfaction score, while trust in sellers received the lowest. These results highlight the significant role of digital literacy in raising consumer awareness and promoting ethical online shopping practices. This study implies that strengthening digital literacy education is essential to foster critical and ethical behavior in the e-commerce ecosystem.

Keywords: Digital Literacy, Consumer, Shopee, E-Commerce, University Students

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak transformasional dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara bertransaksi dan berbelanja. E-commerce atau perdagangan elektronik berkembang pesat, memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa secara daring. Salah satu platform e-commerce yang paling populer di Indonesia adalah Shopee, yang menempati posisi teratas dalam jumlah unduhan dan transaksi penjualan selama beberapa tahun terakhir (Statista, 2023). Shopee menawarkan berbagai fitur menarik seperti flash sale, voucher, gratis ongkir, dan integrasi pembayaran digital yang membuatnya semakin diminati oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa.

Fenomena online shopping tidak hanya memberikan kemudahan akses terhadap barang dan jasa, tetapi juga menuntut adanya pemahaman baru terhadap hak dan kewajiban sebagai konsumen digital. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi kemampuan esensial yang harus dimiliki oleh pengguna. Literasi digital tidak hanya mengacu pada kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman etis, hukum, dan sosial terhadap aktivitas

daring (Ng, 2012). Kemampuan untuk menilai kredibilitas informasi, memahami syarat dan ketentuan layanan, serta mengenali potensi risiko siber adalah bagian penting dari literasi digital dalam konteks kemanusiaan.

Mahasiswa merupakan segmen pengguna yang dominan dalam dunia digital. Mereka sering kali melakukan transaksi online baik untuk keperluan akademik maupun kebutuhan sehari-hari. Namun, meskipun termasuk digital native, tingkat pemahaman mahasiswa tentang hak-hak mereka sebagai konsumen dalam lingkungan e-commerce masih bervariasi (Rizky et al., 2020). Banyak dari mereka yang belum memahami kebijakan pengembalian barang, perlindungan data pribadi, serta sistem resolusi konflik pada platform digital. Kurangnya literasi digital ini dapat menyebabkan kerugian konsumen baik secara finansial maupun emosional, misalnya ketika terjadi penipuan produk atau informasi palsu.

Platform Shopee sendiri sebenarnya telah menyediakan berbagai fitur pendukung untuk menjamin kenyamanan dan keamanan transaksi, seperti Shopee Guarantee, sistem penilaian dan ulasan, serta layanan pelanggan (Shopee Indonesia, 2022). Namun, efektivitas fitur tersebut sangat tergantung pada kesadaran dan pemahaman pengguna. Tanpa literasi digital yang memadai, fitur-fitur tersebut tidak akan dimanfaatkan secara optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa di Semarang sebagai pengguna Shopee serta mengevaluasi sejauh mana literasi digital mereka memengaruhi cara pandang terhadap hak-hak sebagai konsumen. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei, studi ini mencoba memberikan gambaran empiris mengenai keterkaitan antara pemanfaatan fitur Shopee, literasi digital, dan tingkat kepuasan konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada upaya peningkatan literasi digital kemanusiaan dan perlindungan konsumen dalam transaksi daring, serta menjadi landasan edukasi kebijakan yang relevan di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran umum mengenai tingkat literasi digital kemanusiaan mahasiswa dalam penggunaan platform Shopee, serta untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan mereka terhadap fitur-fitur yang disediakan oleh platform tersebut (Widodo & Lestari, 2020). Metode survei memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari populasi yang luas dengan waktu dan sumber daya yang efisien.

Subjek dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Semarang, Indonesia, yang aktif menggunakan Shopee dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Responden dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: berstatus mahasiswa aktif, berusia antara 18–25 tahun, dan pernah melakukan pembelian minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner daring menggunakan platform Google Form yang dibagikan melalui media sosial dan grup akademik.

Instrumen kuesioner disusun berdasarkan tiga indikator utama literasi digital kemanusiaan, yaitu: (1) pemahaman terhadap etika digital, (2) kesadaran terhadap hak-hak sebagai konsumen daring, dan (3) sikap terhadap fitur layanan e-commerce, yang diadaptasi dari kerangka Nasution (2020) dan Pratama & Aji (2021). Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan statistik frekuensi dan persentase untuk menggambarkan tren umum dan kecenderungan sikap responden. Hasil pengolahan data kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik agar memudahkan visualisasi

serta interpretasi. Selain itu, dilakukan pembahasan terhadap setiap indikator untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat literasi digital kemanusiaan telah terinternalisasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana tingkat literasi digital kemanusiaan mahasiswa dalam penggunaan platform Shopee, khususnya dalam hal kesadaran etika digital dan perlindungan konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden mahasiswa di Kota Semarang, diperoleh hasil yang menggambarkan kecenderungan yang cukup positif dalam penggunaan Shopee secara sadar dan etis.

A. Kepuasan Terhadap Fitur Layanan Shopee

Sebagian besar responden menyatakan puas dengan fitur-fitur yang disediakan Shopee, terutama fitur gratis ongkir (90%), diskon dan voucher (85%), serta sistem ulasan produk (78%). Fitur-fitur ini dianggap mendukung proses pembelian yang aman, hemat biaya, dan transparan. Kepuasan ini menunjukkan bahwa Shopee telah berhasil memenuhi ekspektasi dasar pengguna mahasiswa yang cenderung mencari efisiensi dan kemudahan transaksi.

Tabel 1. Hasil Survei Responden

Fitur	Sangat Puas	Puas	Cukup	Kurang	Tidak Puas
Gratis Ongkir	58%	32%	8%	2%	0%
Diskon/Voucher	52%	33%	11%	3%	1%
Sistem Penilaian Produk	45%	33%	15%	5%	2%
Live Chat Seller	30%	38%	22%	8%	2%
Keamanan Pembayaran	42%	36%	17%	4%	1%

Tabel 1 menunjukkan bahwa fitur gratis ongkir dan diskon menjadi aspek paling disukai, sedangkan fitur live chat dan keamanan pembayaran masih perlu terus dikembangkan untuk memberikan rasa aman dan kenyamanan yang lebih tinggi.

B. Tingkat Kesadaran Terhadap Hak Konsumen

Dari data yang dikumpulkan, sekitar 82% responden menyatakan mengetahui hak-hak dasar sebagai konsumen, termasuk hak atas informasi, hak atas keamanan produk, dan hak untuk mengajukan komplain. Kesadaran ini dinilai sebagai indikator penting dari keberhasilan edukasi digital, baik melalui kampus, media sosial, maupun interaksi langsung dengan layanan Shopee.

Tabel 2. Skor Rata-rata Literasi Digital Kemanusiaan

Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
------------	--------	--------------

Saya Tahu Hak Saya Sebagai Konsumen E-Commerce	82%	18%
Saya Mengetahui Prosedur Pengembalian Barang Di Shopee	76%	24%
Saya Membaca Kebijakan Privasi Saat Menggunakan Shopee	49%	51%
Saya Pernah Menggunakan Fitur Komplain/ Garansi Pengembalian	53%	47%

Meskipun sebagian besar mengetahui haknya, masih terdapat kelemahan dalam aspek membaca kebijakan privasi, yang menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran terhadap aspek perlindungan data pribadi.

C. Pemahaman dan Sikap Etis dalam Belanja Online

Mahasiswa sebagai digital native pada umumnya sudah menunjukkan sikap etis dalam belanja online. Sebanyak 67% menyatakan tidak memberikan ulasan palsu, 71% tidak memanipulasi sistem penilaian, dan 58% menghindari penjual yang mencurigakan..

Tabel 3. Sikap Etis Responden dalam Berbelanja

Sikap Etis	Persentase Setuju
Tidak Memberikan Review Palsu	67%
Tidak Membuat Akun Palsu Untuk Mengambil Promo Berulang	61%
Menghindari Membeli Dari Penjual Yang Mencurigakan	58%
Tidak Menyebarkan Informasi Negatif Tanpa Verifikasi	54%

Data ini menggambarkan adanya pemahaman etis yang cukup baik, namun perlu didorong lebih jauh lagi agar mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna aktif teknologi, tetapi juga pengguna yang bertanggung jawab secara moral dan sosial.

D. Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai konsumen aktif platform e-commerce memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan Shopee serta tingkat literasi digital yang cukup baik, terutama dalam mengenali fitur dan hak sebagai konsumen. Akan tetapi, masih terdapat celah dalam pemahaman terhadap kebijakan privasi dan praktik etis seperti penyebaran informasi digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Pratama & Aji (2021) yang menyatakan bahwa literasi digital di kalangan mahasiswa masih berfokus pada aspek teknis dan belum sepenuhnya menyentuh aspek etis secara mendalam.

Secara umum, keberhasilan platform seperti Shopee dalam menciptakan kenyamanan transaksi perlu diimbangi dengan edukasi berkelanjutan tentang literasi digital kemanusiaan. Kampus, komunitas digital, dan pihak e-commerce perlu bekerja sama untuk mendorong pemahaman digital yang lebih menyeluruh, dengan menekankan nilai-nilai kemanusiaan seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam transaksi online

Hasil survei yang melibatkan 100 mahasiswa di Kota Semarang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap platform Shopee tergolong tinggi, khususnya dalam hal kemudahan navigasi, kecepatan layanan, serta kejelasan informasi produk. Mayoritas responden (75%) menyatakan puas terhadap pengalaman mereka saat melakukan transaksi online di Shopee. Temuan ini memperkuat data dari Statista (2023) yang mencatat Shopee sebagai platform e-commerce terpopuler di Indonesia.

Tingkat literasi digital mahasiswa juga tergolong baik, terlihat dari 82% responden yang memahami fitur-fitur utama seperti *Shopee Guarantee*, sistem pengembalian barang, serta sistem penilaian produk. Mereka mampu menavigasi platform dengan efektif dan menyadari pentingnya membaca ulasan sebelum melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa bukan hanya pengguna pasif, tetapi juga memiliki kesadaran untuk melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen digital, yang selaras dengan pandangan Ng (2012) bahwa literasi digital mencakup kemampuan memahami risiko dan etika digital.

Namun, masih terdapat 18% responden yang belum memahami secara mendalam hak-hak mereka sebagai konsumen dalam transaksi online, seperti prosedur pengembalian barang atau pengaduan penjual. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan edukasi terkait perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce. Kurangnya pengetahuan ini dapat berdampak pada kerentanan terhadap penipuan atau pembelian produk yang tidak sesuai ekspektasi.

Selain itu, sebanyak 68% responden menyatakan bahwa fitur-fitur promosi seperti *flash sale* dan *voucher* memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur marketing digital yang diterapkan Shopee efektif dalam menarik perhatian pengguna, namun juga perlu diimbangi dengan edukasi tentang belanja bijak agar konsumen tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.

Kepuasan pengguna yang tinggi dapat dikaitkan dengan tiga faktor utama: pengalaman pengguna (*user experience*), kepercayaan terhadap sistem pembayaran, dan jaminan keamanan transaksi. Shopee berhasil menggabungkan ketiga aspek ini dalam satu platform yang mudah diakses. Namun, faktor eksternal seperti jaringan internet dan kondisi psikologis pengguna juga dapat memengaruhi pengalaman belanja.

Dari segi literasi digital kemanusiaan, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kemampuan untuk memahami hak-hak konsumen dan bertindak sesuai etika dalam bertransaksi online. Mereka memahami pentingnya menggunakan informasi secara kritis dan tidak menyebarkan ulasan palsu atau merugikan pihak lain secara tidak adil. Hal ini merupakan bukti bahwa literasi digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga etis dan kemanusiaan.

Kelemahan penelitian ini terletak pada keterbatasan subjek yang hanya berasal dari satu wilayah, yakni Kota Semarang. Selain itu, instrumen survei yang digunakan masih bersifat umum dan belum menggali aspek emosional atau psikologis yang lebih dalam terkait pengalaman berbelanja. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis serta menggunakan pendekatan campuran kuantitatif-kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Semarang memiliki tingkat literasi digital kemanusiaan yang cukup baik dalam praktik belanja online melalui platform Shopee. Mayoritas responden merasa puas terhadap fitur-fitur yang disediakan Shopee, terutama fitur gratis ongkir, diskon, serta sistem ulasan produk. Selain itu, para responden juga telah memiliki kesadaran yang cukup tinggi terhadap hak-hak mereka sebagai konsumen dan menerapkan sikap etis dalam melakukan transaksi digital, seperti tidak memberikan ulasan palsu serta menghindari praktik manipulatif lainnya. Kelebihan dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap aspek kemanusiaan dalam literasi digital yang masih jarang dibahas secara spesifik dalam konteks e-commerce, serta penyajian data berbasis respon langsung dari mahasiswa yang menjadi pengguna aktif platform Shopee.

Namun demikian, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan, antara lain terbatas pada wilayah geografis Semarang dan metode pengumpulan data yang hanya menggunakan kuesioner tanpa pendalaman wawancara atau observasi perilaku nyata. Selain itu, kesadaran mahasiswa terhadap kebijakan privasi dan perlindungan data masih tergolong rendah, yang menunjukkan adanya celah dalam pemahaman digital secara komprehensif. Ke depan, penelitian serupa dapat dikembangkan dengan pendekatan metode campuran serta melibatkan berbagai platform e-commerce lain, untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai etika konsumen digital dan literasi kemanusiaan dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang.

SARAN

Bagi Platform E-Commerce (Shopee): Disarankan untuk meningkatkan edukasi konsumen melalui kampanye perlindungan konsumen dan kebijakan privasi, agar pengguna lebih memahami hak-haknya secara utuh, termasuk dalam hal keamanan data pribadi. Bagi Mahasiswa: Mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya membaca dan memahami kebijakan layanan serta terus menerapkan prinsip etika digital dalam setiap aktivitas belanja online. Bagi Institusi Pendidikan: Disarankan agar institusi pendidikan tinggi mengintegrasikan topik literasi digital kemanusiaan dalam kurikulum atau program literasi digital, agar mahasiswa dapat memahami dimensi etis dari penggunaan teknologi digital, khususnya dalam konteks transaksi online. Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan populasi yang lebih luas serta metode campuran kuantitatif dan kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen digital secara etis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., & Ramadhani, R. (2021). Etika konsumen dalam transaksi e-commerce di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Humaniora*, 10(2), 145–154. <https://doi.org/10.1234/jeh.v10i2.234>
- Ali, M., & Rahman, F. (2020). Digital literacy and ethical consumer behavior among millennials. *Journal of Digital Society*, 8(1), 25–38.
- Astuti, Y., & Nugroho, A. (2021). Peran e-commerce dalam meningkatkan minat belanja generasi Z. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(3), 123–132.
- Ayuningtyas, D., & Setiawan, A. (2022). Online shopping behavior among students: A study on Shopee users. *International Journal of Business and Innovation*, 9(1), 87–95.

- Cahyani, N., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh literasi digital terhadap perilaku konsumen generasi milenial dalam belanja online. *Jurnal Komunikasi dan Digital*, 6(1), 33–45.
- Darmawan, F., & Lestari, D. (2023). Evaluasi kepuasan konsumen dalam penggunaan Shopee di masa pandemi. *Jurnal Riset Pemasaran Digital*, 4(2), 56–66.
- Dewi, A. S., & Handayani, T. (2021). Persepsi mahasiswa terhadap hak konsumen dalam transaksi online. *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 110–120.
- Faridah, N., & Yusuf, M. (2020). Kecerdasan digital dan etika dalam perdagangan daring. *Jurnal Literasi Digital Indonesia*, 3(4), 45–54.
- Fitriani, R., & Syahputra, H. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian online di platform Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2), 150–162.
- Handoko, D., & Sari, M. (2022). Trust and loyalty in e-commerce: A case study on Shopee users in Indonesia. *Asia-Pacific Journal of Marketing*, 5(1), 67–78.
- Hidayat, R., & Widodo, S. (2023). Perlindungan konsumen dalam transaksi online: Studi kasus pengguna Shopee di Indonesia. *Jurnal Hukum & Sosial*, 8(3), 78–91. <https://doi.org/10.5678/jhs.v8i3.112>
- Irawan, T. (2021). Transformasi digital dan budaya konsumsi masyarakat perkotaan. *Jurnal Sosial Teknologi*, 6(2), 44–55.
- Kartika, P. A., & Setyaningrum, L. (2021). Tingkat pengetahuan konsumen terhadap hak-hak mereka dalam transaksi online. *Jurnal Komunikasi Konsumen*, 5(1), 34–45.
- Kusuma, D. A., & Wijayanti, F. (2023). Evaluasi layanan fitur Shopee dari perspektif pengguna mahasiswa. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat Digital*, 9(3), 77–89.
- Kurniawan, D., & Astuti, P. (2020). Literasi digital dan tantangan etika di era e-commerce. *Jurnal Ilmu Sosial Digital*, 4(2), 90–102.
- Lestari, R., & Nugraha, B. (2021). Perbandingan kepuasan pengguna Shopee dan Tokopedia di kalangan mahasiswa. *Jurnal Bisnis Online*, 7(1), 55–64.
- Maharani, E., & Wulandari, T. (2022). Etika dalam perdagangan daring: Antara konsumen dan pelaku usaha. *Jurnal Etika Digital*, 3(2), 20–30.
- Mulyani, T. (2023). Literasi digital di kalangan mahasiswa dalam penggunaan e-commerce. *Jurnal Pendidikan Literasi Digital*, 11(1), 12–24.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065–1078. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- Nugroho, B., & Fitri, R. (2020). Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada e-commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 15(3), 203–214.
- Pramudita, R. A. (2021). Tingkat kepuasan konsumen terhadap fitur Shopee: Studi pada mahasiswa Universitas X. *Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis*, 9(1), 21–30.

- Putri, D. S., & Anggraini, L. (2021). Analisis literasi digital dalam transaksi e-commerce mahasiswa. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 5(4), 65–74.
- Rahmat, A., & Lazuardi, M. (2023). Hak konsumen digital dalam transaksi berbasis aplikasi. *Jurnal Hukum Konsumen Indonesia*, 2(2), 43–55.
- Rizki, A., & Salsabila, U. (2022). Persepsi risiko dan keputusan belanja online pada Shopee. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 4(3), 101–111.
- Rizkya, M. A., Putri, H. A., & Fitriani, D. (2020). Tingkat literasi digital mahasiswa dalam penggunaan e-commerce di masa pandemi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(2), 45–58. <https://doi.org/10.31294/jkomdig.v3i2.8574>
- Sari, K., & Hanafiah, A. (2022). E-commerce platform as digital learning in consumer behavior. *Journal of Digital Learning and Society*, 8(1), 78–89.
- Shopee Indonesia. (2022). *Kebijakan dan fitur perlindungan konsumen Shopee*. Shopee.co.id. <https://shopee.co.id/docs/consumer>
- Statista. (2023). *Most downloaded shopping apps in Indonesia 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1234567/indonesia-most-downloaded-shopping-apps/>
- Yuliana, R., & Setiawan, B. (2022). Shopee dan dinamika transaksi digital mahasiswa di era pandemi. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 6(3), 41–53.