DIGIVENTURE
Journal of Applied Digital Business Research

Vol. 2, No. 1 (2026), hlm. 291-306
e-ISSN: 3123-5212
Situs web: https://journal.unesa.ac.id/digiventure

Prototipe *Website Escrow* Cerdas untuk Mitigasi Risiko Penipuan dalam Transaksi Produk Digital pada Media Sosial X di Indonesia

Alya Na'imatur Rosyidah[1] dan Nanang Hoesen Hidroes Abbrori[2]

[1,2] BisnisDigital, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*) Corresponding Author (Email: alya.22099@mhs.unesa.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to develop web-based smart escrow systems prototype named "rek.ber" as a solution to mitigate fraud risks in digital product transactions on social media X in Indonesia. The main problems addressed in this study are the absence of a fund-holding mechanism and the high risk of fraud in informal transactions on social media X. This study employed the Research and Development (R&D) method with a Design Thinking approach. The result of this study is high-fidelity prototype with two main features: escrow and seller scoring. The evaluation results show a total score of 4333 out of 4500, with an average score of 4.81 and total percentage of 96.29%, indicating that the prototype falls into the very good category. In addition, the reliability test showed a total Cronbach's Alpha value of 0.962. Therefore, the "rek.ber" prototype is considered conceptually and functionally feasible as an initial design for mitigating fraud risks in digital product transactions.

Keywords*: escrow system; digital transactions; digital fraud; digital products; social media X; seller reputation; design thinking.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola transaksi masyarakat, termasuk dalam pembelian produk digital seperti akun streaming, lisensi aplikasi, dan layanan premium. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi kanal transaksi informal. Di Indonesia, penggunaan media sosial yang tinggi menciptakan peluang transaksi digital, tetapi sekaligus meningkatkan risiko penipuan, khususnya ketika transaksi dilakukan di luar marketplace formal yang memiliki sistem perlindungan bawaan (GoodStats, 2025).

Copyright © 2026 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

Transaksi produk digital di media sosial X memiliki karakteristik yang berisiko karena produk tidak berwujud, tidak dapat diverifikasi secara fisik sebelum transaksi selesai, dan sering dilakukan melalui percakapan pribadi. Kondisi ini menciptakan asimetri informasi antara pembeli dan penjual. Akerlof (1970) menjelaskan bahwa ketidakpastian kualitas dapat memicu *adverse selection* dan menurunkan kepercayaan pasar. Dalam konteks *consumer-to-consumer*, pembeli cenderung menjadi pihak yang lebih rentan karena menghadapi risiko finansial, risiko kinerja, dan keterbatasan informasi sebelum transaksi dilakukan (Leonard, 2012; Youl Ha, 2002).

Salah satu mekanisme yang dapat mengurangi risiko tersebut adalah *escrow*, yaitu pihak ketiga yang menahan dana pembeli sampai penjual memenuhi kewajibannya (Price, 2003). Namun, *escrow* saja belum cukup apabila pembeli tetap kesulitan menilai reputasi penjual. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan prototipe *escrow* untuk transaksi produk digital pada media sosial X, yang dilengkapi sinyal reputasi penjual sebagai dukungan keputusan pembeli.

Tujuan penelitian ini adalah merancang prototipe sistem *escrow* berbasis website, merancang fitur *seller scoring* sebagai mekanisme pendukung kepercayaan, dan mengetahui penilaian pengguna dari sisi pembeli terhadap keamanan, kepercayaan, serta efektivitas prototipe. Artikel ini menyajikan ringkasan landasan teori, metode pengembangan, hasil pengujian, dan implikasi praktis maupun bisnis dari prototipe yang dikembangkan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Sistem *Escrow* dan Kepercayaan Transaksi Digital

Kepercayaan merupakan elemen penting dalam transaksi digital karena membantu menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan keyakinan pengguna dalam mengambil keputusan transaksi (Gefen, 2000). Mayer et al. (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk melalui persepsi terhadap *ability, integrity,* dan *benevolence* pihak lain. Pada transaksi digital informal, kepercayaan menjadi lebih penting karena pengguna tidak selalu memiliki akses terhadap informasi yang lengkap mengenai penjual.

Escrow berperan sebagai mekanisme perlindungan transaksi dengan menahan dana sampai kewajiban penjual terpenuhi. (Price, 2003) menekankan bahwa *escrow* bukan sekadar alat pembayaran, tetapi mekanisme pengurangan risiko yang memastikan kedua pihak memenuhi kesepakatan. Dalam konteks *e-commerce* Indonesia, Kusumawati & Achjari (2019) menunjukkan bahwa efektivitas *escrow* berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna pada platform dan transaksi.

Sistem Reputasi dan *Seller Scoring*

Sistem reputasi membantu pengguna menilai kredibilitas pihak lain dalam transaksi digital. Jøsang et al. (2007) menyatakan bahwa sistem reputasi bekerja

dengan mengumpulkan, mengolah, dan mendistribusikan umpan balik pengguna sebagai dasar pembentukan kepercayaan. Resnick et al. (2000) juga menjelaskan bahwa reputasi online dapat menggantikan sebagian mekanisme kepercayaan tradisional yang biasanya muncul dari interaksi langsung.

Pada prototipe "rek.ber", *seller scoring* dirancang sebagai output reputasi yang mencakup status verifikasi, rating transaksi, jumlah transaksi, tingkat penyelesaian transaksi, dan riwayat sengketa. Fitur ini berfungsi sebagai sinyal pratransaksi untuk mengurangi ketidakpastian pembeli. Hallem et al. (2021) menunjukkan bahwa reputasi penjual dapat memperkuat kepercayaan pada penjual maupun platform.

Design Thinking, R&D, Validitas, dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) yang dipadukan dengan *Design Thinking.* R&D digunakan untuk menghasilkan produk konseptual melalui proses pengembangan, uji coba, dan revisi (Borg & Gall, 1984; Sugiyono, 2023). *Design Thinking* digunakan untuk memastikan solusi tetap berorientasi pada pengguna melalui tahap *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test* (Brown, 2009; Yulius et al., 2022).

Kualitas instrumen evaluasi diperkuat melalui validitas isi dan reliabilitas. Dalam perspektif COSMIN, validitas isi menilai *relevance, comprehensiveness,* dan *comprehensibility* item terhadap konstruk yang diukur (Mokkink et al., 2025; Terwee et al., 2018). Reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha untuk melihat konsistensi internal item dalam satu instrumen (Cronbach, 1951).

III. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* dengan pendekatan *Design Thinking.* Tahapan penelitian meliputi studi masalah, pengumpulan data awal, *empathize, define, ideate, prototype, test*, analisis data, dan revisi prototipe. Objek yang dikembangkan adalah *high-fidelity prototype* website "rek.ber" yang berfokus pada *buyer-side flow* karena pembeli merupakan pihak yang paling langsung menghadapi risiko kerugian finansial dan menjadi pengguna utama informasi reputasi penjual.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara eksploratif dan kuesioner evaluasi prototipe. Wawancara eksploratif dilakukan secara daring melalui WhatsApp kepada enam informan yang pernah melakukan transaksi produk digital melalui media sosial X. Wawancara menggunakan pedoman semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, transaksi, strategi menilai penjual, pengalaman penipuan, dan harapan terhadap sistem *escrow* serta *seller scoring.* Hasil wawancara dianalisis secara kualitatif dan disintesiskan menjadi *user persona, problem statement,* serta kebutuhan fitur.

Pengujian prototipe dilakukan kepada 30 responden valid yang memenuhi kriteria: pengguna aktif media sosial X, pernah membeli produk digital melalui media sosial X, berusia minimal 17 tahun, dan Warga Negara Indonesia. Responden

diminta mencoba prototipe Figma melalui skenario penggunaan, kemudian mengisi kuesioner berbasis skala Likert lima poin. Kuesioner terdiri atas 30 item tertutup yang terbagi dalam enam aspek dan lima pertanyaan terbuka. Validitas isi instrumen dilakukan melalui *expert judgment* oleh Dosen Pembimbing yang mempunyai bidang relevan dengan topik penelitian, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan IBM SPSS Statistics.

Analisis kuantitatif deskriptif dilakukan dengan menghitung skor diperoleh, skor maksimal, *mean*, dan persentase per aspek. Skor maksimal tiap aspek adalah 750, diperoleh dari 30 responden × 5 item × skor tertinggi 5. Persentase dihitung dengan membandingkan skor diperoleh terhadap skor maksimal. Analisis kualitatif dilakukan dengan mengelompokkan jawaban terbuka ke dalam tema-tema utama.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan Design Thinking

Tahap	Aktivitas Utama	Output
Empathize	Wawancara eksploratif 6 informan dan kuesioner awal	User persona dan kebutuhan pengguna
Define	Sintesis masalah dan kebutuhan sistem	*Problem statement* dan kebutuhan fitur
Ideate	Perumusan solusi *escrow* dan *seller scoring*	Konsep fitur inti prototipe
Prototype	Perancangan *wireframe, wireflow,* dan *high-fidelity prototype* Figma	Prototipe website "rek.ber"
Test	Validasi ahli, uji pengguna 30 responden, kuesioner Likert, dan jawaban terbuka	Hasil evaluasi dan arah revisi

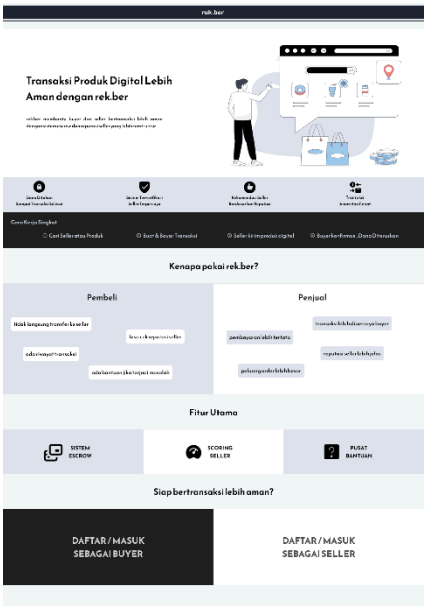
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perancangan Prototipe

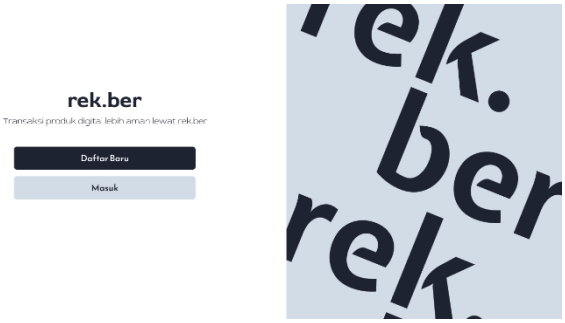
Hasil penelitian berupa *high-fidelity prototype* website "rek.ber" yang merepresentasikan konsep rekening bersama atau *escrow*. Prototipe mencakup: *landing page*, autentifikasi akun, pencarian *seller* dan produk, detail akun *seller*, transaksi dan pembayaran, daftar transaksi, pusat bantuan, pengaturan akun, rating setelah transaksi, dan pelaporan penipuan. Prototipe ini masih bersifat konseptual dan simulatif sehingga belum terintegrasi dengan *payment gateway,* sistem perbankan, maupun API media sosial X.

Fitur utama yang dikembangkan adalah mekanisme *escrow* dan *seller scoring*. *Escrow* dirancang untuk menahan dana pembeli sampai transaksi selesai, sedangkan *seller scoring* ditampilkan pada halaman detail *seller* dalam bentuk informasi reputasi penjual. Kombinasi ini menjawab dua kebutuhan inti pembeli, yaitu perlindungan dana saat transaksi berlangsung dan dukungan evaluasi *seller* sebelum transaksi dilakukan.

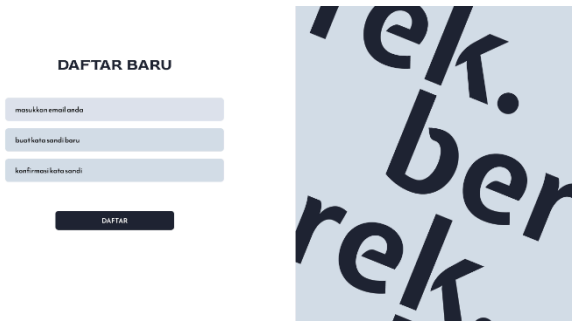
Berikut hasil perancangan *high-fidelity prototipe* website "rek.ber":



Gambar 1. Tampilan Landing Page Website "rek.ber"



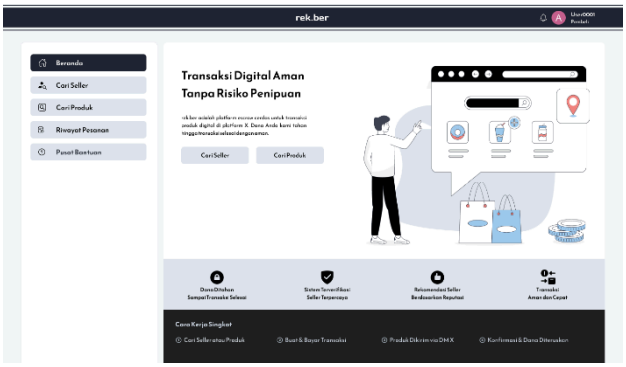
Gambar 2. Tampilan Daftar/Masuk Website "rek.ber"



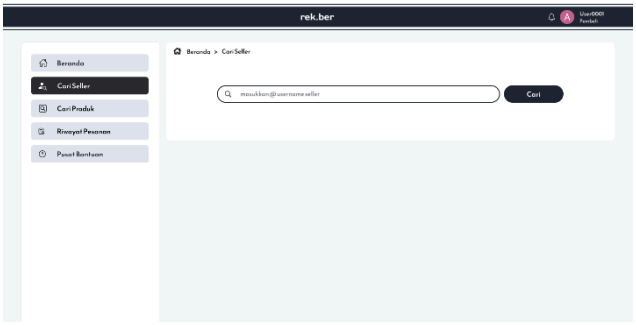
Gambar 3. Tampilan Daftar Akun Baru



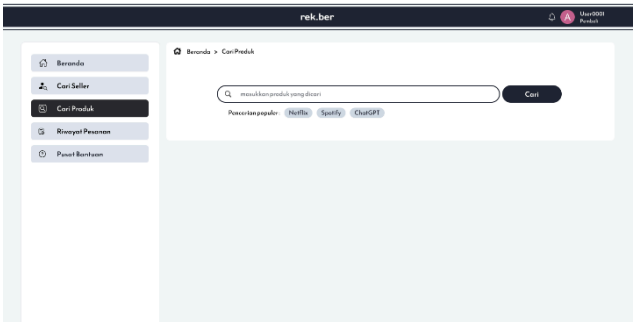
Gambar 4. Tampilan Masuk Akun



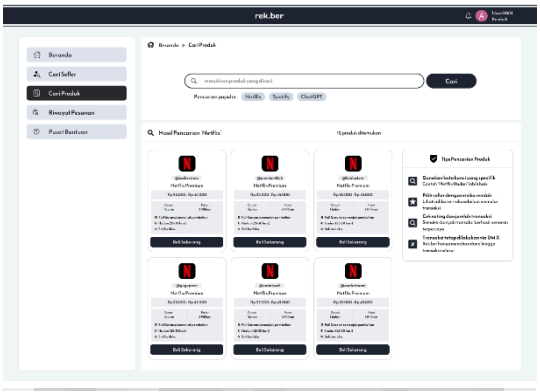
Gambar 5. Tampilan Homepage Website "rek.ber"



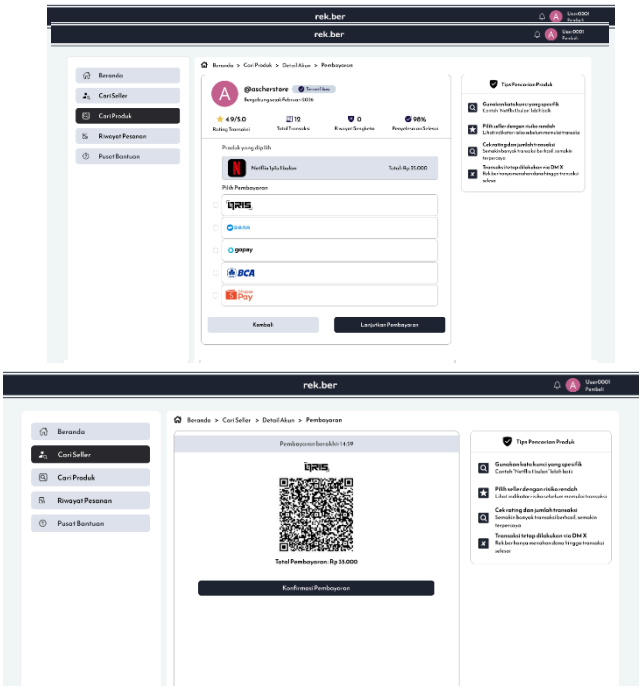
Gambar 6. Tampilan Pencarian Seller



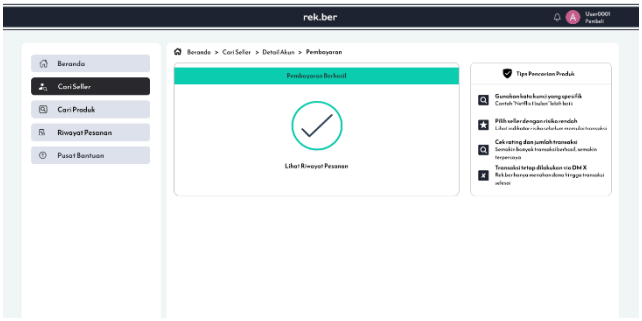
Gambar 7. Tampilan Pencarian Produk



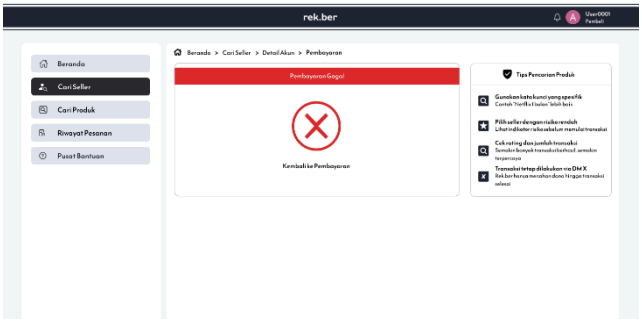
Gambar 8. Tampilan Detail Akun Seller dan Produknya



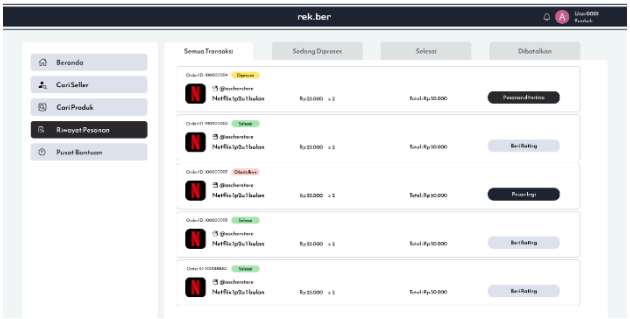
Gambar 9. Tampilan Detail Pembayaran



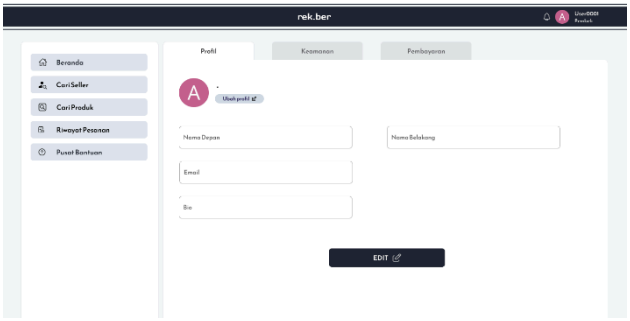
Gambar 10. Tampilan Pembayaran Berhasil



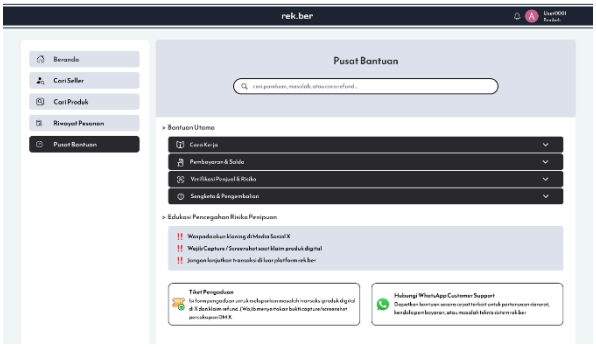
Gambar 11. Tampilan Pembayaran Gagal



Gambar 12. Tampilan Pusat Bantuan



Gambar 13. Tampilan Daftar Transaksi



Gambar 14. Tampilan Pengaturan Akun

Validitas Isi dan Reliabilitas Instrumen

Validitas isi dilakukan melalui *expert judgment* oleh Dosen Pembimbing yang memiliki bidang keahlian relevan dengan penelitian. Penilaian ini memastikan bahwa item kuesioner sesuai dengan konstruk yang diukur, mencakup aspek keamanan transaksi, kepercayaan terhadap sistem dan *seller scoring,* kemudahan penggunaan, kejelasan alur, efektivitas, dan niat penggunaan. Setelah itu, reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Aspek	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Keamanan transaksi dan manfaat *escrow*	5	0,877	Reliabel
2	Penilaian fitur *seller scoring*	5	0,896	Reliabel
3	Kemudahan penggunaan antarmuka	5	0,882	Reliabel
4	Kejelasan alur transaksi dan informasi	5	0,888	Reliabel
5	Efektivitas prototipe dalam mitigasi risiko penipuan	5	0,894	Reliabel
6	Niat menggunakan sistem serupa	5	0,941	Reliabel
7	Reliabilitas total instrumen	30	0,962	Sangat Reliabel

Sumber : Olahan Penulis (2026)

Seluruh aspek memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Reliabilitas total sebesar 0,962 menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi dan memperkuat kelayakan instrumen untuk evaluasi prototipe.

DIGIVENTURE
Journal of Applied Digital Business Research
Vol. 2, No. 1 (2026), hlm. 291-306
e-ISSN: 3123-5212
Situs web: https://journal.unesa.ac.id/digiventure

Analisis Deskriptif Evaluasi Prototipe

Hasil pengujian pengguna menunjukkan bahwa prototipe memperoleh penilaian sangat baik. Skor total yang diperoleh adalah 4.333 dari skor maksimal 4.500, dengan mean keseluruhan 4,81 dan persentase 96,29%. Hasil analisis per aspek disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Per Aspek Penilaian

Aspek Penilaian	Skor Diperoleh	Skor Maksimal	Mean	Persentase	Kategori
Keamanan transaksi dan manfaat *escrow*	732	750	4,88	97,60%	Sangat baik
Penilaian fitur *seller scoring*	737	750	4,91	98,27%	Sangat baik
Kemudahan penggunaan antarmuka	675	750	4,50	90,00%	Sangat baik
Kejelasan alur transaksi dan informasi	718	750	4,79	95,73%	Sangat baik
Efektivitas prototipe dalam mitigasi risiko penipuan	737	750	4,91	98,27%	Sangat baik
Niat menggunakan sistem serupa	734	750	4,89	97,87%	Sangat baik
Total	4.333	4.500	4,81	96,29%	Sangat baik

Sumber: Olahan Penulis (2026)

Aspek dengan nilai tertinggi adalah penilaian fitur *seller scoring* dan efektivitas prototipe, masing-masing sebesar 98,27%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai reputasi *seller* dan kombinasi *escrow-seller scoring* sebagai inti solusi yang paling membantu. Aspek kemudahan penggunaan antarmuka memperoleh nilai relatif terendah, yaitu 90,00%, meskipun tetap berada dalam kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan perlunya perbaikan pada navigasi, konsistensi tombol, dan penjelasan alur sistem.

Copyright © 2026 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

Analisis Jawaban Terbuka dan Revisi Prototipe

Jawaban terbuka responden menunjukkan bahwa fitur yang paling banyak dianggap membantu adalah *seller scoring* dan *escrow*. *Seller scoring* dipandang memperoleh penilaian kredibilitas penjual, sedangkan *escrow* memberikan rasa aman karena dana tidak langsung diteruskan kepada *seller*. Temuan ini konsisten dengan hasil kuantitatif yang menunjukkan nilai tertinggi pada aspek *seller scoring* dan efektivitas prototipe.

Masukan utama responden berkaitan dengan navigasi, konsistensi tombol, penjelasan status transaksi, dan kebutuhan tutorial atau FAQ. Berdasarkan masukan tersebut, revisi prototipe diarahkan pada penambahan *landing page*, penjelasan faktor pembentuk, penguatan visual status dana, penyederhanaan navigasi, dan penambahan FAQ atau tutorial singkat. Ringkasan temuan kualitatif ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Temuan Kualitatif Jawaban Terbuka

Tema Temuan	Ringkasan Jawaban Responden	Makna terhadap Prototipe
Seller scoring paling membantu	Responden menilai fitur ini membantu mengevaluasi kredibilitas *seller*	Fitur reputasi menjadi sinyal kepercayaan awal
Escrow memberi rasa aman	Dana ditahan sampai transaksi selesai sehingga risiko pembeli berkurang	*Escrow* menjadi mekanisme perlindungan utama
Navigasi perlu diperjelas	Sebagian responden menyoroti tombol dan perpindahan halaman	*Usability* masih perlu disempurnakan
Status transaksi perlu edukasi	Responden menginginkan penjelasan *escrow* dan status dana yang lebih rinci	Diperlukan tutorial dan *timeline* transaksi

Pembahasan dan Implikasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa “rek.ber” dapat dipahami sebagai rancangan awal *trust infrastructure* untuk transaksi produk digital informal pada media sosial X. Dari perspektif teori asimetri informasi, fitur *escrow* dan *seller scoring*

bekerja sebagai mekanisme saling melengkapi. *Escrow* mengurangi risiko finansial selama transaksi, sedangkan *seller scoring* membantu pembeli mengurangi ketidakpastian sebelum transaksi. Kombinasi ini relevan dengan kebutuhan pembeli yang selama ini harus menilai *seller* secara manual melalui testimoni, aktivitas akun, atau rekomendasi pihak lain.

Dari perspektif bisnis digital, "rek.ber" berpotensi dikembangkan sebagai layanan berbasis *fee-based service*. Pendapatan utama dapat berasal dari biaya layanan *escrow* pada setiap transaksi, misalnya biaya proteksi yang dibebankan kepada pembeli dan biaya pencairan dana dalam jumlah kecil kepada *seller.* Selain itu, platform berpotensi menawarkan layanan premium bagi *seller*, seperti verifikasi akun, *badge seller terpercaya*, peningkatan visibilitas profil, atau *dashboard* reputasi. Namun, skema ini masih bersifat konseptual dan belum membuktikan kelayakan komersial penuh. Pengembangan lanjutan perlu menguji *willingness to pay*, kelayakan operasional, integrasi pembayaran, serta mekanisme penyelesaian sengketa.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini berhasil merancang prototipe website *escrow* cerdas bernama "rek.ber" sebagai solusi awal untuk membantu memitigasi risiko penipuan dalam transaksi produk digital di media sosial X. Prototipe dikembangkan dalam bentuk *high-fidelity prototype* berbasis Figma dengan fokus *buyer-side flow*. Halaman yang dikembangkan mencakup *landing page,* autentifikasi akun, pencarian *seller* dan produk, detail *seller*, transaksi dan pembayaran, daftar transaksi, pusat bantuan, pengaturan akun, rating, dan pelaporan penipuan.

Fitur *seller scoring* berhasil dirancang sebagai mekanisme pendukung kepercayaan pengguna. Fitur ini menampilkan informasi reputasi penjual berdasarkan status verifikasi, rating, jumlah transaksi, tingkat penyelesaian, dan riwayat sengketa. Hasil pengujian terhadap 30 responden valid menunjukkan penilaian sangat baik, dengan skor total 4333 dari 4500, mean 4,81, dan persentase 96,29%. Hasil reliabilitas juga menunjukkan bahwa instrumen evaluasi konsisten, dengan Cronbach's Alpha total sebesar 0,962.

Rekomendasi praktis dari penilaian ini adalah perlunya pengembangan fitur edukasi pengguna, kejelasan status transaksi, konsistensi tombol, dan FAQ agar alur *escrow* lebih mudah dipahami. Untuk pengembangan bisnis, "rek.ber" perlu diuji lebih lanjut melalui studi *willingness to pay,* validasi model biaya layanan, integrasi *payment gateway,* verifikasi *seller*, penyelesaian sengketa, serta pengujian keamanan teknis. Penelitian selanjutnya juga disarankan memperluas evaluasi pada sisi *seller* agar rancangan sistem lebih mencerminkan karakter *two-sided marketplace.*

REFERENSI

Akerlof, G. A. (1970). The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488-500.

Borg, W. R., & Gall, M. D. (1984). Educational research: An introduction. New York: Longman.

Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society. New York: Harper Business.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Los Angeles: Sage.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16(3), 297-334.

Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. Omega, 28(6), 725-737.

GoodStats. (2025a). Indonesia Digital Report 2025: Social media use. Retrieved from https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-social-media-use-9yFMD

GoodStats. (2025b). Indonesia alami penipuan online. Retrieved from https://data.goodstats.id/statistic/22-pengguna-internet-indonesia-alami-penipuan-online-qHAgN#goog_rewarded

GoodStats. (2025d). Tren social commerce. Retrieved from https://goodstats.id/article/tren-social-commerce-semakin-populer-masyarakat-kini-hobi-belanja-di-media-sosial-YlbSA

Hallem, Y., Abbes, I., Hikkerova, L., & Taga, N. (2021). A trust model for collaborative redistribution platforms: A platform design issue. Technological Forecasting & Social Change, 170, 120943. doi:10.1016/j.techfore.2021.120943

Jøsang, A., Ismail, R., & Boyd, C. (2007). A survey of trust and reputation systems for online service provision. Decision Support Systems, 43(2), 618-644. doi:10.1016/j.dss.2005.05.019

Kusumawati, R. D., & Achjari, D. (2019). Peran escrow services sebagai variabel pemoderasi di marketplace. Jurnal Ekonomi Indonesia, 8(2), 279-292. doi:10.52813/jei.v8i2.22

Leonard, L. N. K. (2012). Attitude influencers in C2C e-commerce: Buying and selling. Journal of Computer Information Systems, 52(3), 11-17. doi:10.1080/08874417.2012.11645554

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. The Academy of Management Review, 20(3), 709-734. doi:10.2307/258792

Mokkink, L. B., Herbelet, S., Tuinman, P. R., & Terwee, C. B. (2025). Content validity: Judging the relevance, comprehensiveness, and comprehensibility of an outcome measurement instrument: A COSMIN perspective. Journal of Clinical Epidemiology, 185, 111879. doi:10.1016/j.jclinepi.2025.111879

Price, S. S. (2003). Escrow principles and practices. Los Angeles: Escrow Institute of California.

Resnick, P., Zeckhauser, R., Friedman, E., & Kuwabara, K. (2000). Reputation systems. Communications of the ACM, 43(12), 45-48. doi:10.1145/355112.355122

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Terwee, C. B., Prinsen, C. A. C., Chiarotto, A., de Vet, H. C. W., Westerman, M. J., Patrick, D. L., Alonso, J., Bouter, L. M., & Mokkink, L. B. (2018). COSMIN methodology for assessing the content validity of PROMs: User manual version 1.0. Retrieved from http://www.cosmin.nl/

Youl Ha, H. (2002). The effects of consumer risk perception on pre-purchase information in online auctions: Brand, word-of-mouth, and customized information. Journal of Computer-Mediated Communication, 8(1). doi:10.1111/j.1083-6101.2002.tb00160.x

Yulius, R., Nasrullah, M. F. A., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). Design thinking: Konsep dan aplikasinya. Purbalingga: Eureka Media Aksara.