

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi yang sangat cepat pada zaman modern ini menyebabkan semakin banyak pelanggan dalam berbelanja online. Secara garis besar E-Commerce adalah istilah yang digunakan untuk bisa mendefinisikan penjualan barang dan jasa melalui internet. Dalam pengertian yang paling umum, yaitu menciptakan situs web yang dapat mengiklankan dan mempromosikan produk, dalam beberapa tahun terakhir. Tokopedia adalah salah satu perusahaan jual beli dalam berbasis digital terbesar di Indonesia. Tokopedia ini berhasil menjadi salah satu perusahaan internet di Indonesia dengan berbasis teknologi dengan pertumbuhan yang pesat.

Dengan berlandaskan perilaku konsumen dan E-commerce, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis regulasi perilaku konsumen *e-commerce* Tokopedia, dengan ketentuan mengenai *E-Commerce* tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu mengenai perlindungan konsumen.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dengan menggunakan Triangulasi sumber untuk mendapatkan wawancara mendalam dengan sumber atau informan yang berbeda.

Berdasarkan hasil analisis maka ditemukan bahwa adanya keterkaitan hubungan perilaku konsumen dan e-commerce dalam perlindungan konsumen, dengan berbagai faktor yang ada seperti faktor sosial, psikologis, pribadi dan budaya juga mempengaruhi adanya perilaku konsumen dan *e-commerce*. Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 juga sudah adanya keterkaitan dengan perilaku konsumen dan *e-commerce* dimana adanya hak konsumen untuk setiap kali bertransaksi.

Perkembangan *e-commerce* yang pesat dalam dunia bisnis ini sebaiknya semakin baik sehingga bisa memaksimalkan juga perkembangan bisnis yang dijalankan dan juga mematuhi peraturan undang-undang yang telah ditetapkan guna untuk melindungi konsumen dan melindungi dalam setiap bertransaksi.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Perilaku Konsumen, Regulasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.