



Journal Abdimas
Maduma

JURNAL ABDIMAS MADUMA

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol. 5 No. 3, Juli 2026

e- ISSN 2828 - 7614 , p-ISSN 2828 - 6812

Available online at:

<https://journal.eltaorganization.org/index.php/ecdj>

Edukasi Literasi Digital dalam Menghadapi Dampak E-Commerce Bagi Generasi Z di SMA Kristen Yeolin Pniel

Duma Lasmaria Siagian^{1*}, Meri Nova Br Sipahutar², Ratna Wati Simbolon³,
Bertha Nerpy Siahaan⁴, Ade Linhar P⁵, Abdillah⁶

^{1,2,3}Ilmu Komputer, Universitas Mandiri Bina Prestasi, Indonesia

⁴Manajemen, Universitas Mandiri Bina Prestasi, Indonesia

⁵Teknik Informatika, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Indonesia

⁶Kewirausahaan, Universitas Mandiri Bina Prestasi, Indonesia

*Correspondence Email : dumalasmaria@umbp.ac.id

Abstract

ARTICLE INFO

Article History:

Received : May 25, 2026

Reviewed : July 11, 2026

Revised : July 20, 2026

Accepted : July 22, 2026

Available online : July 22, 2026

Keywords:

*e-commerce; Generation Z;
digital literacy; financial
literacy; digital
entrepreneurship*

The growth of e-commerce has changed the way people make transactions, especially among Generation Z, who are very familiar with digital technology. Easy access, various promotions, and the influence of social media encourage more online shopping activities, but they can also lead to consumptive behavior, low financial literacy, and the risk of fraud and misuse of personal data. This situation highlights the importance of education on using e-commerce wisely and responsibly. This Community Service activity aims to increase the understanding of students at Yeolin Pniel Christian High School about using e-commerce safely, smartly, and productively. The activity was attended by 33 students who received materials through lectures, interactive discussions, and Q&A sessions about digital literacy, financial literacy, online transaction security, and digital entrepreneurship opportunities. The effectiveness of the activity was evaluated using pretests and posttests. The evaluation results showed that the average score of participants increased from 53.18 on the pretest to 81.06 on the posttest, which is an increase of 52.4%. These results indicate that the educational activities were able to improve students' understanding of using e-commerce wisely, including keeping digital transactions safe, managing consumption behavior, and taking advantage of e-commerce as an entrepreneurial opportunity.

Abstrak

INFO ARTIKEL

Proses Artikel:

Submit : 25 Mei 2026

Review : 11 Juli 2026

Revisi : 20 Juli 2026

Diterima : 22 Juli 2026

Terbit Online : 22 Juli 2026

Kata Kunci :

e-commerce; Generasi Z; literasi digital; literasi keuangan; kewirausahaan digital.

Perkembangan *e-commerce* telah mengubah pola transaksi masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital. Kemudahan akses, beragam promosi, dan pengaruh media sosial mendorong meningkatnya aktivitas belanja daring, namun juga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, rendahnya literasi keuangan, serta risiko penipuan dan penyalahgunaan data pribadi. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya edukasi mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak dan bertanggung jawab. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa SMA Kristen Yeolin Pniel mengenai pemanfaatan *e-commerce* secara aman, cerdas, dan produktif. Kegiatan diikuti oleh 33 siswa yang memperoleh materi melalui metode ceramah, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab mengenai literasi digital, literasi keuangan, keamanan transaksi daring, serta peluang kewirausahaan digital. Efektivitas kegiatan dievaluasi menggunakan pretest dan posttest. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata nilai peserta meningkat dari 53,18 pada pretest menjadi 81,06 pada posttest atau mengalami peningkatan sebesar 52,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan edukasi mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak, termasuk dalam menjaga keamanan transaksi digital, mengelola perilaku konsumsi, dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai peluang berwirausaha.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah *electronic commerce* (*e-commerce*), yaitu sistem perdagangan yang memanfaatkan media elektronik dan jaringan internet sebagai sarana transaksi. Kehadiran *e-commerce* memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai kebutuhan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone*, pemanfaatan *e-commerce* di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, khususnya di kalangan generasi muda (Prasetyo & Huda, 2022).

Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 merupakan kelompok yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan internet, media sosial, dan berbagai platform digital. Salah satu aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh Generasi Z adalah berbelanja melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop. Menurut Sari et al. (2021), kemudahan akses, variasi produk, serta beragam promosi yang ditawarkan menjadikan *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup generasi muda.

Di balik berbagai kemudahan tersebut, penggunaan *e-commerce* juga menghadirkan sejumlah tantangan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dapat mendorong perilaku konsumtif, rendahnya kemampuan mengelola keuangan, serta meningkatnya risiko penipuan daring dan penyalahgunaan data pribadi (Nasution et al., 2022). Wulandari dan Ahmad (2021) menjelaskan bahwa program *flash sale*, gratis ongkos kirim, dan fasilitas *paylater* sering mendorong pembelian impulsif di kalangan pelajar. Di sisi lain, Putri dan Handayani (2020) menyatakan bahwa masih banyak siswa yang belum memiliki literasi keuangan yang memadai sehingga belum mampu mengambil keputusan secara bijak dalam melakukan transaksi digital.

Selain aspek konsumsi, penggunaan *e-commerce* juga berkaitan dengan keamanan digital. Rendahnya pemahaman mengenai perlindungan data pribadi menyebabkan pengguna, khususnya

pelajar, lebih rentan menjadi korban penipuan daring, *phishing*, maupun penyalahgunaan akun digital (Hidayat et al., 2023). Padahal, apabila dimanfaatkan secara tepat, *e-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai media konsumsi, tetapi juga dapat menjadi sarana mengembangkan jiwa kewirausahaan melalui kegiatan pemasaran digital, *affiliate marketing*, maupun bisnis berbasis media sosial (Saputra & Lestari, 2022).

Berdasarkan hasil observasi awal dan koordinasi dengan pihak SMA Kristen Yeolin Pniel, diketahui bahwa sebagian besar siswa telah menggunakan berbagai aplikasi *e-commerce* dalam aktivitas sehari-hari. Namun, pemanfaatannya masih didominasi untuk kegiatan berbelanja, sedangkan pemahaman mengenai literasi keuangan, keamanan transaksi digital, perlindungan data pribadi, serta peluang pemanfaatan *e-commerce* sebagai media kewirausahaan masih terbatas. Kondisi tersebut juga tercermin dari hasil pretest yang diberikan kepada 33 siswa, yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 53,18. Hasil ini mengindikasikan bahwa pemahaman siswa mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan edukasi yang tidak hanya memperkenalkan manfaat *e-commerce*, tetapi juga membekali siswa dengan pemahaman mengenai literasi digital, literasi keuangan, keamanan transaksi daring, serta pemanfaatan *e-commerce* sebagai peluang usaha. Atas dasar kebutuhan tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat melaksanakan kegiatan edukasi di SMA Kristen Yeolin Pniel sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak, aman, dan produktif sehingga mampu memanfaatkan teknologi digital secara bertanggung jawab.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di SMA Kristen Yeolin Pniel dengan melibatkan 33 siswa. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan, yaitu analisis kebutuhan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman siswa mengenai penggunaan *e-commerce*. Hasil analisis menunjukkan bahwa siswa telah aktif menggunakan platform *e-commerce*, namun masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai literasi keuangan, keamanan transaksi digital, dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media kewirausahaan.

Tahap persiapan meliputi penyusunan materi, koordinasi dengan pihak sekolah, dan penyiapan sarana pendukung. Kegiatan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, dan tanya jawab dengan materi mengenai konsep *e-commerce*, dampak positif dan negatif, literasi digital, keamanan transaksi, serta peluang kewirausahaan digital.

Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pretest dan posttest yang diberikan sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan nilai rata-rata pretest dan posttest. Sebagai pelengkap, peserta juga mengisi angket kepuasan pada akhir kegiatan untuk memperoleh umpan balik terhadap pelaksanaan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema "Dampak E-Commerce terhadap Generasi Z" dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2026 di SMA Kristen Yeolin Pniel, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Kegiatan diikuti oleh 33 siswa dan bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak, aman, dan produktif. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar *e-commerce*, dampak positif dan negatif penggunaan *e-commerce*, literasi digital, literasi keuangan, keamanan transaksi digital, serta peluang kewirausahaan di era digital. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab sehingga peserta dapat berpartisipasi secara aktif selama kegiatan berlangsung. Pelaksanaan kegiatan mendapat respons yang baik dari peserta. Hal ini terlihat dari keterlibatan siswa dalam diskusi serta pertanyaan yang diajukan mengenai keamanan transaksi digital, penggunaan fitur promosi, sistem

pembayaran digital, dan peluang memperoleh penghasilan melalui platform *e-commerce*. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2 berikut ini :



Untuk mengetahui efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi menggunakan instrumen pretest dan posttest yang diberikan sebelum dan sesudah penyampaian materi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Rata-rata nilai pretest sebesar 53,18, sedangkan rata-rata posttest meningkat menjadi 81,06. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar 27,88 poin atau 52,4% dibandingkan sebelum pelaksanaan kegiatan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan edukasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan siswa mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak.

Tabel 1. Data Hasil Pretest dan Posttest (33 Siswa)

No	Nama Siswa	Nilai Pretest	Nilai Posttest	Peningkatan (Selisih)
1	Siswa 1	50	80	30
2	Siswa 2	45	75	30
3	Siswa 3	60	85	25
4	Siswa 4	55	90	35
5	Siswa 5	40	70	30
6	Siswa 6	65	85	20
7	Siswa 7	50	80	30
8	Siswa 8	55	75	20
9	Siswa 9	45	80	35
10	Siswa 10	70	95	25
11	Siswa 11	60	85	25

12	Siswa 12	50	75	25
13	Siswa 13	40	70	30
14	Siswa 14	65	90	25
15	Siswa 15	55	80	25
16	Siswa 16	50	85	35
17	Siswa 17	45	75	30
18	Siswa 18	60	90	30
19	Siswa 19	55	80	25
20	Siswa 20	40	75	35
21	Siswa 21	65	85	20
22	Siswa 22	70	95	25
23	Siswa 23	50	80	30
24	Siswa 24	55	75	20
25	Siswa 25	45	80	35
26	Siswa 26	60	90	30
27	Siswa 27	50	85	35
28	Siswa 28	40	70	30
29	Siswa 29	65	90	25
30	Siswa 30	55	80	25
31	Siswa 31	50	75	25
32	Siswa 32	45	80	35
33	Siswa 33	60	85	25
Rata-rata		53,18	81,06	27,88

Data diatas dilakukan dengan peningkatan nilai yang logis (nilai posttest cenderung lebih tinggi dari pretest) untuk menunjukkan adanya efektivitas 105indakan atau media pembelajaran.

Catatan Analisis: Jika ingin menghitung efektivitas peningkatan menggunakan rumus *Normalized Gain* (N-Gain), bisa menggunakan formula:

$$\text{N-Gain} = \frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Pretest}}$$

Gambar 3. Normalized Gain (N-Gain)

1. Data Angket Kepuasan Siswa (33 Siswa)

Data ini menggunakan **Skala Likert 1-5** dengan keterangan indikator berikut:

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Cukup/Ragu-ragu (C)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Keterangan Pertanyaan/Pernyataan (P):

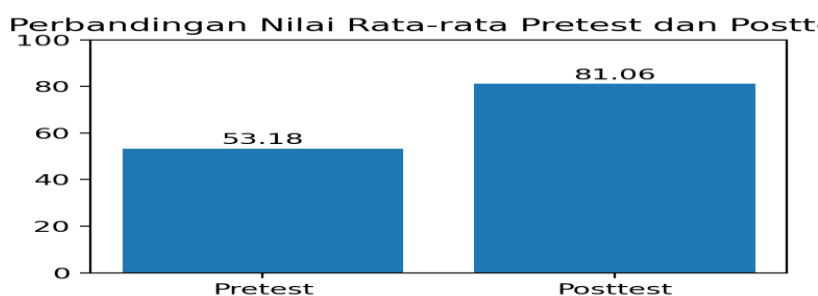
- P1:** Materi pembelajaran mudah dipahami.
- P2:** Media/metode yang digunakan sangat menarik.
- P3:** Waktu pembelajaran terasa cepat dan tidak membosankan.
- P4:** Guru memberikan respon yang baik saat siswa bertanya.

- e. **P5:** Saya ingin metode pembelajaran ini diterapkan lagi di masa depan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pretest dan Posttest

No	Nama Siswa	P1	P2	P3	P4	P5	Total Skor
1	Siswa 1	4	5	4	5	5	23
2	Siswa 2	4	4	3	4	4	19
3	Siswa 3	5	5	4	5	5	24
4	Siswa 4	4	4	4	4	5	21
5	Siswa 5	3	4	3	4	4	18
6	Siswa 6	5	4	4	5	4	22
7	Siswa 7	4	5	5	4	5	23
8	Siswa 8	4	4	3	4	4	19
9	Siswa 9	4	4	4	5	4	21
10	Siswa 10	5	5	5	5	5	25
11	Siswa 11	4	5	4	4	5	22
12	Siswa 12	4	4	4	4	4	20
13	Siswa 13	3	3	4	4	3	17
14	Siswa 14	5	4	4	5	5	23
15	Siswa 15	4	4	3	4	4	19
16	Siswa 16	4	5	4	5	5	23
17	Siswa 17	4	4	4	4	4	20
18	Siswa 18	5	5	4	5	5	24
19	Siswa 19	4	4	3	4	4	19
20	Siswa 20	3	4	4	4	4	19
21	Siswa 21	5	4	4	5	4	22
22	Siswa 22	5	5	5	5	5	25
23	Siswa 23	4	5	4	4	5	22
24	Siswa 24	4	4	3	4	4	19
25	Siswa 25	4	4	4	5	4	21
26	Siswa 26	5	5	4	5	5	24
27	Siswa 27	4	5	4	5	5	23
28	Siswa 28	3	3	3	4	4	17
29	Siswa 29	5	4	4	5	5	23
30	Siswa 30	4	4	3	4	4	19
31	Siswa 31	4	4	4	4	4	20
32	Siswa 32	4	4	4	5	4	21
33	Siswa 33	5	5	4	5	5	24
Rata – rata per P		4,24	4,36	3,82	4,52	4,45	Skor Rerata: 21,39

Berdasarkan Tabel 2 diatas, peserta memberikan respons yang positif terhadap pelaksanaan kegiatan. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada aspek respon pemateri terhadap pertanyaan peserta (4,52), sedangkan indikator dengan nilai terendah terdapat pada aspek efektivitas waktu pembelajaran (3,82). Meskipun demikian, skor rata-rata keseluruhan sebesar 21,39 menunjukkan bahwa materi dan metode penyampaian dinilai baik oleh peserta.



Gambar 4. Perbandingan Nilai Rata-rata Pretest dan Posttest Peserta

Gambar 4 menunjukkan adanya peningkatan rata-rata nilai peserta setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Nilai rata-rata pretest sebesar 53,18 meningkat menjadi 81,06 pada posttest, sehingga terjadi peningkatan sebesar 27,88 poin atau 52,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai penggunaan *e-commerce* secara bijak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Putra (2023) yang menyatakan bahwa edukasi literasi digital dapat meningkatkan pemahaman peserta dalam memanfaatkan teknologi secara bertanggung jawab. Hasil yang serupa juga dilaporkan oleh Saputra dan Lestari (2022) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dalam kegiatan edukasi mampu meningkatkan wawasan generasi muda mengenai kewirausahaan digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta mengenai risiko penggunaan *e-commerce*, tetapi juga memperluas pemahaman mereka terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana yang produktif.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai dampak *e-commerce* terhadap Generasi Z di SMA Kristen Yeolin Pniel berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi digital, literasi keuangan, keamanan transaksi digital, dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai peluang kewirausahaan. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan rata-rata nilai pretest dari 53,18 menjadi 81,06, atau meningkat sebesar 27,88 poin (52,4%). Selain itu, hasil angket menunjukkan tingkat kepuasan peserta berada pada kategori sangat baik..

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

1. Pihak sekolah diharapkan dapat terus memberikan edukasi mengenai literasi digital dan literasi keuangan kepada siswa secara berkelanjutan.
2. Siswa diharapkan mampu menggunakan *e-commerce* secara bijak dan tidak mudah terpengaruh oleh promo atau tren belanja online yang dapat memicu perilaku konsumtif.
3. Perlu adanya pelatihan lanjutan mengenai kewirausahaan digital agar siswa mampu memanfaatkan *e-commerce* sebagai peluang usaha yang produktif.
4. Orang tua dan guru diharapkan dapat memberikan pengawasan serta arahan kepada siswa dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial.
5. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat seperti ini diharapkan dapat terus dilaksanakan dengan tema-tema literasi digital lainnya agar siswa semakin siap menghadapi perkembangan teknologi di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul "*Dampak E-Commerce terhadap Generasi Z pada SMA Kristen Yeolin Pniel*" dapat terlaksana dengan baik dan laporan akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan ini, khususnya kepada:

1. Universitas Mandiri Bina Prestasi yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mandiri Bina Prestasi yang telah memberikan kesempatan dan dukungan terhadap pelaksanaan program ini.

3. Kepala Sekolah, guru, dan seluruh siswa/i SMA Kristen Yeolin Pniel yang telah menerima dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi ini.
4. Seluruh tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat yang telah bekerja sama dalam mempersiapkan, melaksanakan, dan menyusun laporan kegiatan ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa selama kegiatan berlangsung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan kegiatan dan laporan di masa yang akan datang. Semoga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat memberikan manfaat bagi siswa, sekolah, serta masyarakat luas dalam meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan e-commerce secara bijak dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, F., Harahap, R., & Lubis, M. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(3), 88–96. <https://doi.org/10.1234/jed.v6i3.202>
- Rahmawati, I., & Putra, A. (2023). Dampak positif e-commerce terhadap literasi digital generasi muda. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 10(1), 33–41. <https://doi.org/10.5678/jsib.v10i1.2023>
- Putri, Y., & Handayani, L. (2020). Literasi keuangan digital pada kalangan pelajar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 22–30. Retrieved from <https://journal.universitas.ac.id/index.php/jpe>
- Danuri, M., & Suharnawi. (2017). Trend perkembangan teknologi di era digital. *Jurnal INFOKAM*, 13(1), 45–52. Retrieved from <https://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/23>
- Restianty, A. (2018). Literasi digital sebagai tantangan baru dalam literasi media. *Jurnal UltimaComm*, 10(1), 72–87. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v10i1.840>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi digital di kalangan generasi muda Indonesia. *Jurnal Perspektif*, 1(2), 195–202. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/10421>
- Prasetyo, A., & Huda, M. (2022). Analisis perkembangan e-commerce di Indonesia pada era digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(2), 45–53.
- Hidayat, R., Syahputra, D., & Ananda, P. (2023). Keamanan transaksi digital dan perlindungan data pribadi pengguna e-commerce. *Jurnal Keamanan Siber Indonesia*, 4(2), 70–79.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, E., & Sembiring, T. (2023). Literasi digital sebagai upaya pencegahan penipuan online pada pelajar. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 6(1), 90–98.
- Sugiyono. (Ed.). (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sari, D., & Putra, A. (2021). Literasi digital pada Generasi Z. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi* (pp. 45–52). Universitas Indonesia.
- Saputra, M., & Lestari, V. (2022). Peluang kewirausahaan digital bagi Generasi Z melalui e-commerce. *Jurnal Kewirausahaan Modern*, 5(2), 15–24.
- Wulandari, S., & Ahmad, T. (2021). Pengaruh fitur promosi e-commerce terhadap keputusan pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 54–63.