



Volume 03 No. 01, Juni 2026

E-ISSN: 3090-6199

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Lex Mercatoria. Fakultas Hukum, Universitas PGRI Palembang.

Open Access at: <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/lexmercatoria>

Implementasi *Total Quality Management* Sebagai Upaya Pemenuhan Kewajiban Dalam Perlindungan Konsumen

Ermini¹, Sri Husnulwati², Suryati³, Layang Sardana⁴, Ramanata Disurya⁵

¹²³⁴⁵Fakultas Hukum Universitas PGRI Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: ermini@univpgri-palembang.ac.id

Submitted:

Accepted:

Published:

Keywords:

Total Quality Management, Consumer Protection.

Abstract-*Consumer protection constitutes an essential element in business activities and public service delivery, as it is directly related to the fulfillment of public rights to safe, reliable, and quality goods and services. In practice, various problems are still encountered, including inadequate service quality, inefficient work processes, and limited assurance of legal certainty for consumers. These conditions highlight the need for a management system that is capable of ensuring consistent quality improvement. Total Quality Management (TQM) emerges as a managerial approach that emphasizes the involvement of all organizational members, systematic process control, and a strong orientation toward customer satisfaction. This study aims to examine the role of Total Quality Management implementation in supporting the fulfillment of consumer protection obligations. The research employs a qualitative approach using a library research method by reviewing relevant literature, including academic journals, reference books, legal regulations, and related scholarly documents. Data were analyzed through content analysis involving data reduction, categorization, interpretation, and conclusion drawing. The findings indicate that the application of Total Quality Management principles – such as customer focus, continuous improvement, and clear work standards – contributes to improving service quality and reducing potential consumer losses. Therefore, Total Quality Management can be regarded as a strategic approach that supports the fulfillment of obligations by business actors and public service providers in the context of consumer protection.*

Kata Kunci: Total Quality Management, Perlindungan Konsumen.

Abstrak- Perlindungan konsumen merupakan bagian penting dalam penyelenggaraan kegiatan usaha dan pelayanan publik karena berkaitan langsung dengan pemenuhan hak masyarakat atas kualitas barang dan jasa. Namun, dalam pelaksanaannya masih dijumpai berbagai permasalahan, seperti rendahnya mutu layanan, ketidakefisienan proses kerja, serta kurangnya jaminan kepastian bagi konsumen. Kondisi tersebut menuntut adanya sistem manajemen yang mampu memastikan kualitas secara berkelanjutan. *Total Quality Management* (TQM) hadir menjadi pendekatan manajerial yang menekankan keterlibatan seluruh unsur organisasi, pengendalian proses, serta orientasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilaksanakan memiliki tujuan dalam membuat kajian terhadap peranan implementasi

Total Quality Management dalam mendukung pemenuhan kewajiban perlindungan konsumen. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka melalui pemanfaatan sejumlah sumber literatur, antara lain jurnal ilmiah, buku referensi, peraturan perundang-undangan, dan dokumen akademik yang relevan. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi dengan tahapan pemilahan, pengelompokan, penafsiran, dan perumusan kesimpulan. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip *Total Quality Management*, mencakup fokus pada pelanggan, perbaikan berkesinambungan, serta standar kerja yang jelas, berkontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan dan meminimalkan potensi kerugian konsumen. Dengan demikian, *Total Quality Management* bisa dilihat menjadi sebuah pendekatan secara strategis dalam mendukung pemenuhan kewajiban pelaku usaha serta penyelenggara layanan publik yang bertujuan untuk perlindungan konsumen.

A. PENDAHULUAN

Total Quality Management pada mulanya berasal dan diimplementasikan di bidang industri, seperti di pabrik atau perusahaan yang dapat memproduksi barang-barang. Kemajuan yang dicapai pabrik atau perusahaan dalam memproduksi barang dengan implementasi *Total Quality Management* membuat bidang lainnya tertarik untuk menerapkan *Total Quality Management*. Sehingga *Total Quality Management* diadopsi ke dunia pendidikan. (Aminatul Zahro, 2018) menjelaskan bahwa *Total Quality Management* adalah suatu pendekatan dalam bidang manajemen pendidikan yang digunakan untuk meningkatkan mutu pendidikan saat ini. Dengan melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan mutu pendidikan dan daya saing lembaga. Dalam teori ini adalah dengan melakukan penyempurnaan secara terus menerus atas jasa, manusia, produk, dan lingkungan.

(Mears dalam Lubis, 2005) mendefinisikan *Total Quality Management* (TQM) sebagai suatu sistem yang dilaksanakan dalam jangka panjang dan terus menerus untuk memuaskan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk perusahaan. Sementara itu, Ross dalam Lubis (2005: 17) menyatakan bahwa *Total Quality Management* merupakan integrasi seluruh fungsi dan proses organisasi agar tercapai tujuan dari peningkatan kualitas produk yaitu kepuasan pelanggan. *Total Quality Management* didefinisikan sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi (Santosa dalam Tjiptono, 2003). Menurut Ishikawa dalam Tjiptono (2003:4), *Total Quality Management* di artikan sebagai: "perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistic yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan kepuasan pelanggan"

Tujuan utama *Total Quality Management* adalah perbaikan mutu pelayanan secara terus-menerus. Banyak para ahli yang mengemukakan pendapat mengenai pengertian dan konsep mengenai *Total Quality Manajemen*. (Hansen

dan Mowen, 2009:17) mengemukakan bahwa *Total Quality Management* adalah suatu perbaikan berkelanjutan yang mana hal ini adalah sesuatu yang mendasar sifatnya bagi pengembangan proses manufaktur yang sempurna. Memproduksi produk dan pengurangan pemborosan yang sesuai dengan standar merupakan dua tujuan umum perusahaan. Filosofi dari *Total Quality Management* sebenarnya yaitu dimana sebuah perusahaan berusaha menciptakan suatu lingkungan yang memungkinkan pekerjanya menghasilkan produk atau jasa yang sempurna (zero-defect), dan mencoba memperbaiki kesalahan dimasa lalu.

Perlindungan konsumen adalah aspek penting untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat, terlebih di era globalisasi yang dicirikan dari persaingan bisnis yang makin kompetitif. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen ditegaskan jika negara berkewajiban memastikan konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang aman, bermutu, serta sesuai dengan standar. Menurut (Kotler & Keller 2016), perlindungan konsumen menjadi fondasi kepercayaan publik karena kualitas produk atau layanan yang rendah dapat menurunkan kepuasan dan menimbulkan risiko terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun pada praktiknya, dinamika pasar, perkembangan teknologi, dan persaingan usaha seringkali menimbulkan persoalan terkait mutu produk, transparansi informasi, serta kualitas layanan. Oleh karena itu, pelaku usaha maupun lembaga penyelenggara layanan publik perlu menerapkan pendekatan manajemen yang mampu menjamin mutu secara konsisten sebagai upaya pemenuhan kewajiban terhadap konsumen atau masyarakat sebagai pengguna layanan.

Konsep *Total Quality Management* menurut (Deming, 1986) berpusat pada peningkatan kualitas berkelanjutan melalui pendekatan sistematis yang dipandu oleh 14 Poin Manajemen dan Siklus PDCA (Plan-Do-Check-Act), menekankan pada kepemimpinan, pelatihan, penghilangan ketakutan, dan perbaikan proses yang didasarkan pada data untuk mencapai kepuasan pelanggan dan keunggulan organisasi. Intinya, kualitas bukan hanya tanggung jawab departemen mutu, tetapi melibatkan seluruh organisasi dan manajerial.

(Hadjon, 1987) menyatakan bahwa di dalam perlindungan konsumen terdapat 2 (dua) teori perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum represif dan juga perlindungan hukum preventif. Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan dengan cara menerapkan sanksi terhadap pelaku agar dapat menegakkan hukum yang sebenarnya yang biasanya dilakukan di Pengadilan. Perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa. Para ahli juga banyak yang mengemukakan pendapatnya mengenai definisi perlindungan konsumen. (Zulham, 2013) mengemukakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya perlindungan yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan cakupan yang luas, meliputi dari tahapan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi

kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi perlindungan terhadap barang dan/atau jasa yang berawal dari mendapatkan barang hingga sampai pada akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. (Dewi, 2015) menurutnya Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen agar mereka tidak mengalami kerugian akibat ulah produsen yang tidak bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diproduksi.

Tujuan perlindungan konsumen, terutama berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999, berfokus pada meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen, mengangkat martabat konsumen dari dampak negatif barang/jasa, memberdayakan konsumen untuk menuntut haknya, serta menciptakan sistem yang adil dengan kepastian hukum dan informasi terbuka, sambil mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab dan menjaga kualitas demi kesehatan, keamanan, dan kenyamanan konsumen.

Tujuan Utama Perlindungan Konsumen (Pasal 3 UUPK) Peningkatan Kapasitas Konsumen:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri.
2. Memberdayakan konsumen agar bisa memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya secara efektif.

KUH Perdata juga memberikan dasar hukum hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, khususnya dalam hal perjanjian. Pasal 1313 KUH Perdata mendefinisikan perjanjian sebagai suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Setiap transaksi antara konsumen dan pelaku usaha sesungguhnya merupakan suatu perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban timbal balik. Apabila pelaku usaha tidak memenuhi prestasi sebagaimana disepakati, maka ia dapat dianggap wanprestasi sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata, yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan (konsumen) untuk menuntut ganti rugi (Patricia, 2024). Sebaliknya, KUH Perdata juga melindungi pelaku usaha dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik. Misalnya, apabila konsumen tidak melaksanakan kewajiban membayar harga barang/jasa yang telah diterima, maka pelaku usaha berhak menuntut pemenuhan perikatan atau ganti rugi berdasarkan ketentuan Pasal 1239 KUH Perdata. Artinya, KUH Perdata menyediakan mekanisme keseimbangan agar hak dan kewajiban masing-masing pihak tetap terlindungi secara adil (Hamdaliah, 2016).

Selain itu, UUPK juga menegaskan adanya larangan bagi pelaku usaha dalam Pasal 8-17, misalnya melarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar, memberikan informasi yang menyesatkan, atau melakukan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Larangan-larangan ini bertujuan untuk mencegah praktik bisnis tidak sehat yang berpotensi merugikan konsumen. Namun demikian, dalam Pasal 7, pelaku usaha juga diberikan kewajiban yang proporsional, antara lain beritikad baik,

memberikan informasi yang benar, serta menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Patricia, 2024).

Perlindungan hukum yang seimbang ini penting untuk mencegah lahirnya hubungan yang timpang. UUPK berperan sebagai hukum khusus (*lex specialis*) yang mengatur secara lebih rinci mengenai perlindungan konsumen, sementara KUH Perdata tetap menjadi landasan hukum umum (*lex generalis*) yang mendasari prinsip perjanjian antara para pihak. Dengan adanya sinkronisasi antara keduanya, konsumen memperoleh jaminan terhadap hak-haknya, sedangkan pelaku usaha tetap memiliki ruang kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usaha (Murni et al., 2018).

Implementasi *Total Quality Management* (TQM) memiliki hubungan yang kuat dengan upaya pelaku usaha dalam memenuhi kewajiban perlindungan konsumen. Secara konsep, *Total Quality Management* berfokus pada peningkatan kualitas, keseragaman proses, dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, perlindungan konsumen mengharuskan pelaku usaha untuk menyediakan produk atau jasa yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan standar yang berlaku.

Menurut penelitian (Putra & Fadhilah, 2021) Penelitian ini menegaskan bahwa perusahaan yang menerapkan *Total Quality Management* memiliki tingkat penyelesaian keluhan konsumen yang lebih cepat dan tepat. Hal ini menunjukkan bahwa *Total Quality Management* memperkuat aspek tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen.

Penelitian internasional (Kanji & Wallace, 2000) Ditemukan bahwa implementasi *Total Quality Management* meningkatkan customer trust dan customer safety. Perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) meminimalkan risiko cacat produk, sehingga perusahaan lebih patuh terhadap kewajiban regulasi konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada penelusuran, pengumpulan, serta pengkajian data yang bersumber dari berbagai referensi tertulis. Sumber-sumber tersebut meliputi buku ilmiah, jurnal akademik, artikel penelitian, dokumen resmi, serta publikasi relevan lainnya yang membahas *Total Quality Management* (TQM) dan perlindungan konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelusuran dan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku ilmiah, jurnal penelitian, peraturan perundang-undangan, serta dokumen akademik, diperoleh sejumlah temuan penting mengenai penerapan *Total Quality Management* (TQM) dalam upaya pemenuhan

kewajiban perlindungan konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Total Quality Management* merupakan pendekatan manajemen yang efektif dalam mendukung pelaksanaan perlindungan konsumen, baik pada sektor bisnis maupun pelayanan publik. Prinsip-prinsip utama *Total Quality Management*, antara lain orientasi pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan seluruh anggota organisasi, serta penerapan standar kerja yang terstruktur, terbukti mampu meningkatkan mutu produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, penerapan *Total Quality Management* secara konsisten berkontribusi dalam mengurangi kesalahan proses, menekan potensi cacat produk atau layanan, serta memperbaiki mekanisme penanganan keluhan konsumen secara lebih cepat dan tepat. Kondisi tersebut sejalan dengan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait jaminan mutu barang dan/atau jasa serta kewajiban memberikan pelayanan yang adil, jujur, dan tidak diskriminatif. Temuan lainnya menunjukkan bahwa organisasi yang menerapkan prinsip TOTAL QUALITY MANAGEMENT memiliki sistem pengendalian mutu yang lebih baik, transparansi informasi yang lebih tinggi, serta budaya kerja yang berorientasi pada kualitas. Hal ini memberikan perlindungan hukum secara preventif bagi konsumen dan dapat meminimalkan potensi terjadinya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

2. Pembahasan

Penerapan *Total Quality Management* (TQM) memiliki hubungan yang signifikan dengan pemenuhan kewajiban perlindungan konsumen. Secara konseptual, *Total Quality Management* menempatkan konsumen sebagai pusat dari seluruh aktivitas organisasi, sehingga setiap proses dan keputusan manajerial diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Prinsip ini selaras dengan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu menjamin keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen dalam menggunakan barang dan/atau jasa.

Prinsip perbaikan berkelanjutan dalam *Total Quality Management* mendorong organisasi untuk melakukan evaluasi dan penyempurnaan proses secara terus-menerus. Pendekatan ini sejalan dengan pemikiran Deming (1986) yang menekankan bahwa kualitas merupakan hasil dari sistem yang dirancang dan dikendalikan secara konsisten. Dengan adanya standar kerja dan pengendalian proses yang jelas, risiko kesalahan yang dapat merugikan konsumen dapat diminimalkan.

Selain itu, keterlibatan seluruh unsur organisasi dalam penerapan *Total Quality Management* berperan penting dalam meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kualitas layanan. Karyawan yang memahami dan menerapkan standar mutu akan lebih mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan hukum serta etika bisnis. Hal ini mendukung kewajiban pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dan memperlakukan konsumen secara jujur dan

adil, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Hasil penelitian sebelumnya juga memperkuat temuan tersebut. Penelitian Putra dan Fadhilah (2021) menunjukkan bahwa implementasi *Total Quality Management* berdampak positif terhadap efektivitas penyelesaian keluhan konsumen. Sementara itu, Kanji dan Wallace (2000) menyatakan bahwa *Total Quality Management* dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan rasa aman konsumen melalui penerapan pengendalian mutu yang sistematis. Dengan demikian, *Total Quality Management* tidak hanya berfungsi sebagai alat pengelolaan internal organisasi, tetapi juga sebagai instrumen perlindungan konsumen yang bersifat preventif. Oleh karena itu, penerapan *Total Quality Management* dapat dipandang sebagai pendekatan strategis yang mampu mengintegrasikan kepentingan organisasi dengan tuntutan perlindungan konsumen secara berkelanjutan.

C. PENUTUP

Berdasarkan hasil kajian pustaka dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi *Total Quality Management* (TQM) memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pemenuhan kewajiban perlindungan konsumen. *Total Quality Management* sebagai pendekatan manajemen yang berorientasi pada kualitas menekankan pentingnya fokus pada konsumen, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan seluruh anggota organisasi, serta penerapan standar kerja yang jelas dan terukur.

Penerapan prinsip-prinsip *Total Quality Management* terbukti mampu meningkatkan kualitas produk dan layanan, meminimalkan kesalahan proses, serta memperbaiki sistem penanganan keluhan konsumen. Kondisi ini sejalan dengan kewajiban pelaku usaha dan penyelenggara layanan publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait jaminan mutu barang dan/atau jasa, transparansi informasi, serta perlakuan yang adil dan tidak diskriminatif terhadap konsumen.

Selain itu, *Total Quality Management* juga berkontribusi dalam menciptakan sistem pengendalian mutu yang lebih efektif dan budaya organisasi yang berorientasi pada kualitas. Hal ini berfungsi sebagai bentuk perlindungan konsumen yang bersifat preventif, karena dapat mengurangi potensi terjadinya kerugian dan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, implementasi *Total Quality Management* dapat dipandang sebagai pendekatan strategis yang tidak hanya meningkatkan kinerja organisasi, tetapi juga memperkuat perlindungan konsumen secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminatul Zahro, A. (2018). *Total Quality Management dalam pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Dewi, E. W. (2015). *Hukum perlindungan konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (Introduction to total quality (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.2014). *Quality management for organizational excellence*.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Hamdaliah. (2016). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli. *Jurnal Hukum*, 5(2), 45–58.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2009). *Cost management: Accounting and control (6th ed.)*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Irawan, H., & Wijaya, A. (1996). *Kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Juran, J. M. (1992). *Juran on quality by design: The new steps for planning quality into goods and services*. New York: Free Press.
- Kanji, G. K., & Wallace, W. (2000). Business excellence through customer satisfaction. *Total Quality Management*, 11(7), 979–998.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lubis, A. (2005). *Manajemen mutu terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Murni, S., et al. (2018). Sinkronisasi hukum perlindungan konsumen dan hukum perdata. *Jurnal Ilmu Hukum*, 10(1), 33–47.
- Oakland, J. S. (2014). *Total Quality Management and operational excellence: Text with cases (4th ed.)*. London: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Patricia. (2024). Wanprestasi dalam transaksi konsumen menurut KUH Perdata. *Jurnal Hukum Perdata*, 12(1), 77–89.
- Putra, R. A., & Fadhilah, N. (2021). Implementasi Total Quality Management dalam meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 101–112.
- Santosa, B. (2003). *Manajemen mutu terpadu*. Dalam F. Tjiptono (Ed.), *Total Quality Management (hlm. 1–15)*. Yogyakarta: Andi.

- Sila, I., & Ebrahimpour, M. (2005). Critical linkages among TOTAL QUALITY MANAGEMENT factors and business results. *International Journal of Operations & Production Management*, 25(11), 1123–1155.
- Sukarno. (2013). *Perilaku konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Zulham. (2013). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta: Kencana.