

Tanggal Ujian : 31 Juli 2024

Tanggal Revisi: 07 Agustus 2024

Disetujui: 08 Agustus 2024

PENGARUH *CASH ON DELIVERY* (COD) DAN SHOPEE *PAYLATER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA GENERASI Z BALIKPAPAN (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN BISNIS POLITEKNIK NEGERI BALIKPAPAN)

Annisa Patralia^{*1}, Nurul Musfirah Khairiyah², Kety Lulu Agustin³

¹Mahasiswa Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

²Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

³Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

annisapatralia884@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Cash On Delivery (COD) and Shopee Paylater on purchasing decisions at E-Commerce Shopee in Generation Z Balikpapan. In this study using independent variables, namely, Cash On Delivery (COD) and Shopee Paylater, and as the dependent variable, namely, Purchasing Decisions. The population in this research is students majoring in business of Balikpapan state polytechnic. The sampling technique used is purposive sampling. The data collection method in this research is survey method by using questionnaire. This research uses quantitative method with multiple regression analysis. The results of this study indicate that the variables of Cash On Delivery (COD) and Shopee Paylater simultaneously affect purchasing decisions at Shopee E-Commerce. The Cash On Delivery (COD) variable has a partial effect on purchasing decisions at E-Commerce Shopee. The Shopee Paylater variable has no partial effect on purchasing decisions at Shopee E-Commerce.

Keywords : Cash On Delivery (COD), Shopee Paylater and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Balikpapan. Dalam penelitian ini menggunakan variable independent yaitu, *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater*, dan sebagai variabel dependen yaitu, Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan bisnis politeknik negeri Balikpapan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengambilan data dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee. Variabel *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee. Variabel *Shopee Paylater* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

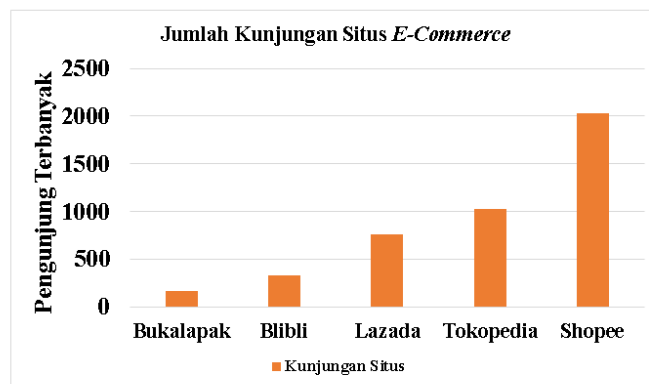
Kata kunci : *Cash On Delivery* (COD), *Shopee Paylater* dan Keputusan Pembelian.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi membuat meningkatnya perkembangan teknologi seperti web dan media, hal tersebut akan mempengaruhi seluruh bagian kehidupan manusia. Globalisasi sendiri merupakan karakteristik lain yang tidak bisa dihindarkan, mengingat globalisasi bukanlah sebuah siklus yang muncul begitu saja. Globalisasi juga merupakan konsekuensi dari interaksi yang telah terjadi sejak lama. Karakteristik globalisasi sangat mempengaruhi eksistensi individu di seluruh dunia, baik dampak negatif maupun positif. Salah satu pendorong utama globalisasi adalah perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan kemajuan internet dan media komputer telah ada sejak lama dan dilakukan di berbagai negara maju (Kompasiana 2023).

Adanya internet dan media digital tersebut, setiap orang dapat terhubung dengan semua orang di setiap negara dan dapat melihat keadaan dunia yang berbeda kapanpun dan dimanapun. Setiap jenis data dapat dengan mudah didapatkan oleh semua orang melalui perangkat masing-masing. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat yang belum siap menggunakannya dengan baik. Perkembangan internet yang semakin maju tentu memudahkan individu untuk menyelesaikan pekerjaan mereka di berbagai bidang (Kompasiana 2023). Belanja *online* saat ini menjadi hal yang penting dari gaya hidup modern seseorang. Keputusan pembelian *online* menjadi sebuah perjalanan kompleks yang di pengaruhi oleh konsumen, daya tarik iklan digital, dan inovasi dalam dunia pemasaran digital. Kepercayaan dapat terbangun melalui interaksi *online*, sampai iklan pemasaran yang menarik (Kumaran 2023).



Gambar 1 Kunjungan Situs E-Commerce

Sumber: DataBooks (2024)

Berdasarkan data diatas, Shopee diperkirakan akan memiliki jumlah kunjungan halaman tertinggi di antara pusat perbelanjaan *online* Indonesia pada tahun 2023. Dibandingkan dengan situs lain, halaman Shopee mencapai lebih dari 2,35 miliar antara Januari dan Desember 2023. Sekitar 1,25 miliar orang mengakses situs Tokopedia dan 762,4 juta mengunjungi situs Lazada dalam jangka waktu yang sama. Sementara itu, tercatat 168,2 juta pengunjung website Bukalapak dan 337,4 juta pengunjung website Bibli. Website Shopee membanggakan tingkat kenaikan pengunjung tercepat selain memiliki kuantitas terbaik. Pada tahun 2023, terjadi lonjakan kunjungan situs Shopee sebesar 41,39% dari Januari hingga Desember. Kunjungan situs ke Bukalapak turun 56,5%, Tokopedia turun 21,08%, dan Lazada turun 46,72% (Databoks 2024).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- Apakah *Cash On Delivery* (COD) dan Shopee *Paylater* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee?

- b. Apakah *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee?
- c. Apakah *Shopee Paylater* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan pada latar belakang masalah diatas sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.
- c. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *Shopee Paylater* terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

1.4. Penelitian Terdahulu

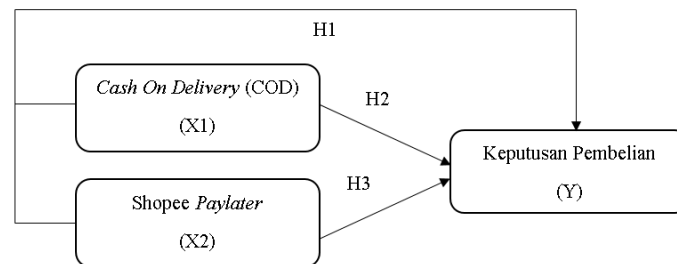
Menurut Rusdiana dkk. (2023) menyimpulkan bahwa *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen menggunakan alternatif pembayaran *Cash on Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater*, mereka melakukan pemesanan *online* dengan lebih percaya diri. Konsumen yang memiliki akses ke *Cash on Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* mengaku merasa lebih nyaman menggunakan layanan tersebut. Karena sebagian besar konsumen merasa puas dengan transaksi mereka dan kemungkinan besar akan melakukan pembelian *online* lebih lanjut dengan metode pembayaran ini dilakukan.

Menurut Nasution dkk. (2022) menyimpulkan bahwa *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) adalah meningkatkan keyakinan konsumen dalam belanja *online*, menurut penelitian ini *Cash On Delivery* (COD) membuat konsumen lebih percaya dalam menggunakan metode pembayaran tersebut karena pada umumnya konsumen merasa yakin dengan barang yang diterimanya sehingga konsumen tidak perlu ragu dalam belanja *online*.

Menurut Wulandari dan Subandiyah (2022) menyimpulkan bahwa *Shopee Paylater* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee. Hal ini menunjukkan sebagian besar mahasiswa kurang berani menggunakan *Shopee Paylater* untuk melakukan pembayaran cicilan bulanan. Namun jika mereka melakukannya, mereka akan dikenakan biaya keterlambatan sebesar 5% dari seluruh tagihan setiap bulan jika mereka tidak tepat waktu dalam melakukan pembayaran. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mendorong mahasiswa untuk melakukan lebih banyak pembelian bukanlah manfaat dari opsi pembayaran *Shopee Paylater*.

1.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir yang menjadi landasan penulisan penelitian adalah gabungan teori, observasi, fakta, dan survei kepustakaan. Berikut kerangka pikir dalam penelitian ini:



Gambar 2. Kerangka Pikir
Sumber: Diolah Oleh Penulis

1.6. Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

H₂: Diduga *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

H₃: Diduga *Shopee Paylater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

2. Metodologi

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian ini di Politeknik Negeri Balikpapan yang terletak di Jalan Soekarno Hatta, KM. 8, Balikpapan Utara, Kota Balikpapan. Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Juli 2024.

2.2. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif lebih menekankan pada fenomena atau gejala yang menunjukkan ciri-ciri tertentu, atau variabel. Data primer digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan dari orang-orang oleh peneliti melalui survei, kelompok fokus, panel, atau wawancara sumber. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner (angket) untuk mengumpulkan data yang di mana partisipan diberikan pertanyaan atau diharuskan memberikan tanggapan tertulis (Sugiyono 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan bisnis di Politeknik Negeri Balikpapan. Peneliti menggunakan teknik sampel *Non-Probability Sampling* jenis *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel yang sesuai kriteria 54 responden yang menggunakan *Shopee* untuk berbelanja *online*. Kuesioner yang disebarakan kepada responden yang mencakup topik-topik seperti *Cash On Delivery* (COD), *Shopee Paylater*, dan Keputusan Pembelian.

2.3. Metode Analisis Data

Menurut Jaya (2023) analisis data merupakan proses mengolah dan mengevaluasi data yang dikumpulkan. Peneliti menggunakan analisis kuantitatif dalam penelitian ini, yang merupakan metode analisis yang berharga untuk kumpulan data yang sangat besar yang dapat dibagi ke dalam kategori numerik. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Asymp. Sig.</i>	0,200

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat dilihat tabel diatas bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi *Asymp Sig* sebesar 0,200 maka lebih besar dari 0,05. Data normal ini dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

b. Uji Multikolinieritas

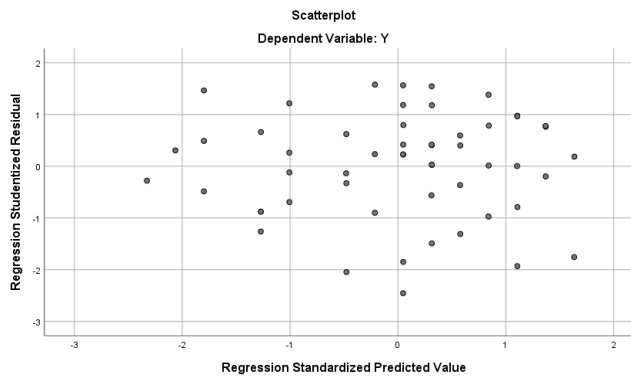
Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients		
Variabel	Tolerance	VIF
Cash On Delivery (COD)	0,991	1,009
Shopee Paylater	0,991	1,009

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat diketahui tabel diatas bahwa nilai *tolerance* pada variabel *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* lebih besar dari nilai 0,10. Sehingga pada variabel *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat dilihat gambar diatas bahwa dalam uji ini menggunakan *scatter plot* sehingga hasilnya titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas dari kedua variabel tersebut.

d. Uji AutoKolerasi

Tabel 3 Hasil Uji Auto Kolerasi

<i>Adjusted R Square</i>	<i>Standar Error of Estimate</i>	<i>Durbin Watson</i>
0,337	5,349	2,151

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat diketahui tabel diatas nilai *Durbin Watson* sebesar 2,151 yang kemudian dibandingkan dengan nilai taraf signifikansi 5% dengan rumus $n = 54$ (jumlah responden) $k = 2$ (jumlah variabel independen) sehingga didapatkan nilai $dL = 1,485$ dan nilai $dU = 1,638$. Dapat dilihat bahwa nilai $dL < d < 4 - dU$ ($1,485 < 2,151 < 2,362$), maka dari itu tidak terdapat autokolerasi.

3.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Standar Error	Beta
(Constant)	8,938	5,009	
Cash On Delivery (COD)	1,045	0,195	0,602
Shopee Paylater	0,001	0,171	0.001

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat dilihat tabel persamaan regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 8,938 + 1,045 X_1 + 0,001 X_2 + \varepsilon$$

3.3 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regresi	14,497	0,000

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dari hasil uji f diatas pada tabel persentase distribusi dengan probabilitas 0,05 nilai F tabel sebesar 3,179. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung sebesar 14,497 > F tabel sebesar 3,179 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka dinyatakan bahwa hipotesis 1 (**H₁**) **dapat diterima**.

b. Uji t

Tabel 6 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Cash On Delivery (COD)	5,362	0,000
Shopee Paylater	0,005	0,996

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dari hasil uji t diatas pada variabel *Cash On Delivery* (COD) menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,362. Sehingga nilai t hitung sebesar 5,362 > t tabel sebesar 2.009 dan jika dilihat dari nilai signifikansi variabel *Cash On Delivery* (COD) (X1) memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 yaitu dengan nilai sig 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, maka dari itu hipotesis 2 (**H₂**) **dapat diterima**.

Dari hasil uji t diatas pada variabel *Cash On Delivery* (COD) menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,362. Sehingga nilai t hitung sebesar 0,005 < t tabel sebesar 2.009, dan jika dilihat dari nilai signifikansi variabel *Shopee Paylater* (X2) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 yaitu dengan nilai sig 0,996 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Shopee Paylater* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, maka dari itu hipotesis 3 (**H₃**) **ditolak**.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Standar Error of Estimate</i>
0,362	0,337	5,349

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Dapat dilihat tabel derajat korelasi antara variabel terikat dan bebas ditunjukkan dengan koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,337. Terbukti bahwa 67% variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian tidak ada dalam penelitian ini sebaliknya, 33% variabel terhubung ke *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) Dan *Shopee Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Balikpapan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Balikpapan), maka kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

- Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.
- Cash On Delivery* (COD) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.
- Shopee Paylater* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

5. Saran

Sehubungan dengan adanya penelitian ini. Berikut merupakan saran penelitian yang dibuat penulis:

- Diharapkan seiring berjalannya waktu, peneliti selanjutnya akan lebih banyak menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan penelitian serupa dalam ilmu yang relevan dilakukan di lokasi lain.
- Peneliti selanjutnya harus mendalami permasalahan yang akan diteliti agar dapat memahami apa yang akan dilakukan penelitian melalui referensi dari buku atau dari penelitian terdahulu yang pembahasannya sesuai dengan variabel dan metode penelitian.

6. Ucapan Terimakasih

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak Ramli, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Balikpapan.
- Ibu Dessy Handa Sari, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Balikpapan.
- Ibu Nurul Musfirah Khairiyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan memberikan masukan serta dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
- Ibu Kety Lulu Agustin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Perbankan dan Keuangan Digital sekaligus dosen pembimbing II, yang telah membimbing saya.
- Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Bisnis program studi Perbankan dan Keuangan Digital.

6. Dengan rasa hormat kepada kedua orang tua saya, Bapak Warsimun dan Ibu Rubiyanti serta Kakak dan Adik saya dan seluruh Keluarga yang selalu mendoakan, mengingatkan dan memberi dukungan.
7. Teman-teman PKD2 Angkatan Tahun 2020 yang sudah menemani saya selama masa perkuliahan.
8. Pihak-pihak lain yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak atas bantuannya.

Daftar Pustaka

- Databoks. 2024. “5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023.” Retrieved February 11, 2024 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>).
- Jaya. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Cetakan Ketiga Quadrant.
- Kompasiana. 2023. “Literasi Digital Sebagai Wujud Pemberdayaan Masyarakat Di Era Globalisasi - Kompasiana.Com.” Retrieved February 11, 2024 (<https://www.kompasiana.com/nadiakhanzaazzahra7190/65905ab312d50f59cc15b182/literasi-digital-sebagai-wujud-pemberdayaan-masyarakat-di-era-globalisasi>).
- Kumparan. 2023. “Keputusan Pembelian *Online*: Psikologi Konsumen, Iklan, Dan Pemasaran Digital | Kumparan.Com.” Retrieved March 20, 2024 (<https://kumparan.com/jevonzakii/keputusan-pembelian-online-psikologi-konsumen-iklan-dan-pemasaran-digital-21osVmsWmlg>).
- Nasution, Umi Amalia, Elvina Harahap, and Mulya Rafika. 2022. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB).” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 3(2):58–63. doi: 10.47065/jbe.v3i2.1672.
- Rusdiana, Listia, Rafiqi, and Ridhwan. 2023. “Pengaruh Metode Pembayaran *PayLater* Dan *Cash On Delivery* (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022).” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 1(2):3025–1192.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke. Alfabeta.
- Wulandari, Hartini Prasetyo, and Asih Endah Subandiyah. 2022. “Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee *Paylater*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Yogyakarta.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 9(2):80. doi: 10.54131/jbma.v9i2.138.