

PENGARUH PEMBAYARAN COD (*CASH ON DELIVERY*) TERHADAP MINAT BELI REMAJA PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI DESA PURBA BARINGIN KECAMATAN PAKKAT KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN

Angelia Purba¹, Rosalinda Septiani Sitompul², David Yanto Daniel Mahulae³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: angeliapurba8@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: rosalindassitompul@gmail.com

³Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: mahulaedavid3@gmail.com

Abstract - *This study aims to determine the extent to which the Cash on Delivery (COD) payment method influences teenagers' purchase intention on e-commerce platforms in Purba Baringin Village, Pakkat District, Humbang Hasundutan Regency. The data analysis methods applied include validity testing, reliability testing, simple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), and t-test (hypothesis testing). The study involved 64 respondents. The results show that the correlation coefficient ($r_{\text{calculated}}$) of the COD payment variable (X) is 0.699, which is greater than r_{table} (0.246). This indicates a strong, positive, and significant relationship between the COD payment method (X) and teenagers' purchase intention (Y). The coefficient of determination (R^2) is 0.489, meaning that the COD payment variable explains 48.9% of the variation in teenagers' purchase intention, while the remaining 51.1% is influenced by other factors outside this study. The simple linear regression analysis produced the equation $Y = 8.008 + 0.352X$, which implies that if the COD payment method (X) does not change ($X = 0$), the teenagers' purchase intention (Y) is at 8.008. Each one-unit increase in COD payment contributes to an increase of 0.352 in purchase intention. The t-test results show that $t_{\text{calculated}} = 7.007 > t_{\text{table}} = 1.669$, confirming that the COD payment method has a positive and significant effect on teenagers' purchase intention in Purba Baringin Village, Pakkat District, Humbang Hasundutan Regency. Therefore, the research hypothesis is accepted, namely that the COD payment method positively and significantly influences teenagers' purchase intention on e-commerce.*

Keywords: *Cash on Delivery (COD) Payment, Purchase Intention*

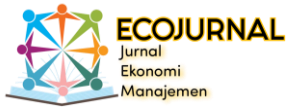
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan. *E-commerce* menjadi salah satu inovasi yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Kemudahan akses internet dan penggunaan perangkat digital seperti smartphone turut mendorong pertumbuhan *e-commerce* di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat yang

semakin mengandalkan platform online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Di Indonesia, platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada bersaing dalam memberikan layanan terbaik. Shopee menjadi salah satu platform yang paling diminati karena menawarkan variasi produk yang luas, harga kompetitif, serta metode pembayaran yang beragam. Salah satu fitur unggulannya adalah *Cash on Delivery* (COD), yaitu metode pembayaran di mana pembeli dapat membayar pesanan secara tunai saat barang diterima. Fitur ini memberikan rasa aman bagi konsumen, khususnya



mereka yang belum memiliki akses ke layanan perbankan digital atau merasa lebih nyaman membayar setelah menerima barang.

Menurut Halaweh (2018), layanan *Cash on Delivery* (COD) memengaruhi perilaku pembelian konsumen karena menimbulkan rasa aman, jaminan privasi, dan kepercayaan. Sistem ini memberi kesempatan kepada pembeli untuk memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran. Oleh sebab itu, metode COD banyak digunakan di daerah dengan keterbatasan akses layanan perbankan digital atau pada konsumen yang masih ragu melakukan transaksi online.

Kepercayaan menjadi faktor utama dalam memilih metode COD karena konsumen merasa lebih terlindungi dari risiko penipuan. Selain itu, kemudahan akses juga menjadi alasan mengapa COD semakin diminati, khususnya bagi masyarakat yang tidak memiliki rekening bank atau kesulitan mengakses layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman dan akses terhadap teknologi finansial, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih metode pembayaran.

Dalam konteks perilaku konsumen, minat beli menjadi faktor penting yang mendorong keputusan pembelian. Menurut Ferdinand (2016), minat beli mencerminkan dorongan atau ketertarikan konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, kemudahan pembayaran, promosi, serta pengalaman konsumen terhadap platform. Dengan demikian, metode pembayaran yang aman dan praktis, seperti COD, dapat berkontribusi terhadap peningkatan minat beli konsumen.

Fenomena ini juga terlihat di Desa Purba Baringin, Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan, di mana remaja sebagai bagian dari generasi digital lebih banyak memilih metode COD dibandingkan transfer bank atau *e-wallet*. Hal ini dipengaruhi oleh keterbatasan akses ke layanan perbankan digital, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, serta kebiasaan yang lebih mengutamakan pembayaran langsung setelah barang diterima. COD memberikan rasa aman sekaligus fleksibilitas bagi mereka, khususnya ketika belum memiliki saldo atau rekening bank.

Selain itu, faktor biaya administrasi turut menjadi alasan mengapa masyarakat lebih memilih COD. Penggunaan layanan transfer bank, dompet digital, atau agen keuangan seperti BRILink seringkali dikenakan biaya tambahan. Kondisi ini membuat COD lebih hemat dan praktis karena konsumen dapat memesan barang terlebih dahulu dan menunda pembayaran hingga barang diterima. Faktor psikologis dan kebiasaan masyarakat pedesaan yang masih ragu dengan transaksi digital semakin memperkuat preferensi terhadap COD.

Dengan demikian, meskipun perkembangan teknologi dan layanan perbankan digital semakin maju, metode *Cash on Delivery* (COD) tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat di Desa Purba Baringin, terutama remaja, ketika berbelanja di Shopee. Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan dalam literasi keuangan dan digital di masyarakat pedesaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana metode pembayaran COD di *e-commerce* Shopee dapat memengaruhi minat beli konsumen, khususnya pada remaja di Desa Purba Baringin.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh pembayaran COD (*Cash on Delivery*) terhadap Minat Beli Remaja pada *e-commerce* Shopee di Desa Puba Baringin Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan?”

Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembayaran COD (*Cash on Delivery*) terhadap Minat Beli Remaja pada *e-commerce* Shopee di Desa Puba Baringin Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan.

URAIAN TEORITIS

Pengertian Pembayaran COD (*Cash on Delivery*)

Menurut Kotler dan Keller (2016) pembayaran

COD (*Cash on Delivery*) adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membayar saat pengiriman produk sampai ke tempat tujuan. Suwandi (2017) pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah cara pembayaran dalam transaksi e-commerce di mana pembayaran dilakukan pada saat barang diterima oleh pembeli, baik dalam bentuk tunai maupun dengan cek. Menurut Simarmata (2019) pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah metode transaksi di mana pembeli hanya perlu membayar saat barang telah diterima. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa aman dalam transaksi *online* dan mengurangi risiko penipuan yang sering terjadi dalam *e-commerce*. Slamet (2015) menyatakan pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah suatu bentuk transaksi di mana pembeli hanya melakukan pembayaran ketika barang yang dipesan sudah diterima, yang menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kepercayaan antara penjual dan pembeli dalam *e-commerce*. Sedangkan menurut Halim (2018) pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah sistem pembayaran di mana pembeli melakukan pembayaran secara langsung kepada kurir atau pengirim pada saat barang tiba di alamat tujuan, yang memberi jaminan kepada pembeli bahwa mereka hanya akan membayar setelah menerima produk yang sesuai.

Dari definisi-definisi yang diberikan, yang lebih mendukung konsep pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah definisi dari Simarmata (2019). Hal ini karena Simarmata menekankan pada tujuan utama dari sistem *Cash on Delivery* (COD), yaitu untuk meningkatkan rasa aman dalam transaksi *online* dan mengurangi risiko penipuan, yang merupakan kekhawatiran utama dalam *e-commerce*. Dengan tekanan keamanan dan pengurangan risiko penipuan, resolusi ini lebih menggambarkan esensi dari penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) di dunia transaksi digital, di mana konsumen ingin memastikan bahwa barang yang dibayar sesuai sebelum melakukan pembayaran.

Pengertian Minat Beli

Menurut Fandy Tjiptono (2015:140) menyatakan bahwa minat beli konsumen mencerminkan

hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli produk. Sedangkan pengertian lain menurut Kotler dan Keller (2016:181) minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Bila manfaat yang lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Menurut (Utami, et al. 2023) minat beli merupakan perilaku yang muncul pada konsumen yang dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Menurut Mahendra (2021) Minat beli merupakan sebuah kondisi di mana konsumen memiliki rencana atau keinginan untuk membeli produk tertentu di masa mendatang.

Berdasarkan beberapa definisi di atas diketahui bahwa definisi Kotler dan Keller (2016:181) mungkin lebih mendukung karena memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai kemungkinan terjadinya merek dan elemen-elemen eksternal (seperti kualitas dan harga) yang dapat mempengaruhi keputusan membeli.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sebanyak 177 remaja di Desa Purba Baringin, Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan

Tabel 3.1

Daftar Remaja di Desa Purba Baringin Kecamatan Pakkat 2025

No	Umur	Jumlah
1	10	13
2	11	12
3	12	13
4	13	15
5	14	21
6	15	30
7	16	27
8	17	16
9	18	18
10	19	12
Total		177



Sumber : Kantor kepala Desa Purba Baringin, Kec. Pakkat (2025)

Untuk menentukan jumlah ukuran sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai alat untuk mengukur banyaknya sampel yang digunakan yaitu :

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian (*Margin of Error*)

Sehingga sampel pada penelitian ini dapat dihitung :

$$n = \frac{177}{1+177 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{177}{1+177 (0,01)}$$

$$n = \frac{177}{1+1,77}$$

$$n = \frac{177}{2,77}$$

$$n = 63,9$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 63,9 orang atau dapat dibulatkan menjadi 64 orang. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah remaja di Desa purba Baringin yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Berdomisili di Desa Purba Baringin
- b. Remaja usia 10-19 tahun
- c. Mempunyai akun shopee
- d. Melakukan metode pembayaran cod minimal 2 kali.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Jenis data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah langsung dari subjek atau objek penelitian. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam

penelitian dengan melakukan kegiatan survei, observasi, wawancara personal, penyebaran kusioner.

- b. Jenis data sekunder adalah data yang tersedia atau dikumpulkan oleh pihak tertentu dengan suatu kepentingan atau tujuan, dan sudah ada penafsirannya. Data ini terutama digunakan untuk mendukung landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder ini dapat diperoleh melalui buku, majalah, laporan, dokumen internal organisasi dan data internet terkait informasi yang dicari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi Sederhana

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) dan minat beli remaja (Y). Uji ini dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan software SPSS versi 25, disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Analisa Koefisien Korelasi

Correlations			
		X	Y
COD (<i>Cash On Delivery</i>) (X)	Pearson Correlation	1	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	64	64
Minat Beli Remaja (Y)	Pearson Correlation	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	64	64

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 25 (diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas, dapat kita bandingkan r hitung dengan r tabel untuk pengambilan keputusan, di mana r hitung diperoleh sebesar 0,699. Kriteria pengambilan keputusan diambil dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, apabila r hitung > r tabel maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) dengan variabel minat beli remaja (Y),



sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X dengan variabel Minat Beli Remaja (Y).

Berdasarkan data di atas, maka r_{hitung} (0,699) $> r_{tabel}$ (0,246) dengan taraf signifikansi 5% dan $df = n - 2 = 64 - 2 = 62$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X dengan minat beli remaja (Y).

Berdasarkan tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi, koefisien yang ditemukan sebesar 0,699 termasuk kategori kuat, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) dengan minat beli remaja (Y). Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X terhadap minat beli remaja (Y) pada Desa Purba Baringin, Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan, digunakan uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.489	.481	1.569

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Output SPSS versi 25 (diolah oleh peneliti, 2025)

Dari tabel di atas diperoleh nilai R square sebesar 0,489 atau sebesar 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) dengan minat beli remaja (Y) adalah 48,9% dan sisanya 51,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Analisa Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) terhadap minat beli remaja (Y), maka dilakukan analisis regresi linear sederhana. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	8.008	1.101		7.272	.000	5.806	10.209
	COD (<i>Cash On Delivery</i>) (X)	.352	.046	.699	7.707	.000	.261	.444

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS versi 25 (diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 8,008 + 0,352X$$

- a. Konstanta sebesar 8,008 menunjukkan bahwa jika variabel X (Pembayaran COD / *Cash On Delivery*) yaitu $X = 0$ maka akan memberikan pengaruh pada variabel Y (Minat Beli Remaja) sebesar 8,008.
- b. Koefisien regresi = 0,352 menunjukkan bahwa setiap perubahan 1 variabel X (Pembayaran COD / *Cash On Delivery*) akan diimbangi dengan perubahan variabel Y (Minat Beli Remaja) sebesar 0,352.

Pengujian Hipotesis (uji-t)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli remaja (Y). Dalam hal ini, digunakan uji t dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun hasil uji t ditampilkan pada Tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Hipotesis (uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.008	1.101		7.272	.000
	X	.352	.046	.699	7.707	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS versi 25 (diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas, diperoleh nilai



signifikansi t untuk variabel COD (*Cash On Delivery*) (X) sebesar 7,707 Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan $df = n - 1 = 64 - 1 = 63$. Nilai t tabel sebesar 1,669. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis, yaitu t hitung ($7,707$) $>$ t tabel ($1,669$), dapat disimpulkan bahwa variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli remaja (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Pembayaran COD (*Cash On Delivery*) terhadap Minat Beli Remaja Pada *e-Commerce Shopee* di Desa Purba Baringin, Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi r hitung dari variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) yaitu r hitung ($0,699$) $>$ r tabel ($0,246$), yang berarti terdapat hubungan yang positif, searah dan signifikan serta kuat antara COD (*Cash On Delivery*) (X) dan minat beli remaja (Y).
- Nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh dari hasil analisis regresi linear sederhana sebesar 0,489 atau setara dengan 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) memberikan kontribusi sebesar 48,9% terhadap variasi minat beli remaja (Y), sedangkan sisanya sebesar 51,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi $Y = 8,008 + 0,352X$. Artinya, jika tidak terdapat sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) ($X = 0$), maka nilai prediksi minat beli remaja (Y) adalah sebesar 8,008. Sementara itu, setiap peningkatan 1 satuan pada variabel pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) akan meningkatkan minat beli remaja (Y) sebesar

0,352 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

- Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,007 sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = 63 adalah 1,669. Karena t hitung ($7,707$) $>$ t tabel ($1,669$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka disimpulkan bahwa pembayaran COD (*Cash On Delivery*) (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli remaja (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian ini dapat diterima.

REFERENSI

- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Eva, M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 23(1), 22-25
- Ferdinand, A. (2016). Dasar-dasar perilaku konsumen (Edisi ke-2). Universitas Diponegoro Press.
- Halaweh, M. (2017). *The Influence of Cash on Delivery (COD) Service on Customer Satisfaction in E-commerce*. *International Journal of E-commerce Studies*, 9(2), 45-60.
- Halim, A. (2018). Sistem Pembayaran dalam E-commerce. Jakarta: Pustaka Media.
- Jones, F. (2011). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*. John Wiley & Sons.
- Kim, H., & Park, J. (2016). E-commerce payment methods and delivery systems. *Journal of Business Research*, 58(3), 128-135.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Mahendra, R. (2021). *Perilaku Konsumen dan Minat Beli*. Bandung: Graha Ilmu.
- Marleni, R., & Rahayu, N. I. (2024). Pengaruh Pembayaran COD (*Cash On Delivery*) Terhadap



- Minat Beli Mahasiswa Pada *E-commerce Shopee*. *Economics: Accounting and Business Journal*, 4(1), 79–85.
<https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/1308>
- [11]. Simanjuntak, A., & Katerina, A. (2024). Pengaruh harga dan metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) terhadap minat beli produk skincare di *e-commerce Shopee*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 13(2), 167. (<https://ejurnalmalahayati.ac.id/index.php/risetekonomi/article/view/1311>)
- [12]. Simarmata, J. (2019). *E-commerce dan Keamanan Transaksi Online*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- [13]. Slamet, R. (2015). *Strategi Kepercayaan dalam Transaksi Online*. Bandung: Penerbit Citra.
- [14]. Srinivasan, R., & Klenosky, D. B. (2018). Consumer Behavior in E-commerce and the Role of Cash on Delivery (COD). *Journal of Online Retail Research*
- [15]. Suryabrata, S. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [16]. Suwandi, B. (2017). *Metode Pembayaran dalam Digital Marketplace*. Surabaya: Graha Ilmu.