

HUBUNGAN METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD) DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN

¹Juita Arni Lase

¹Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia

E-mail : juitaalase@gmail.com

Diajukan : 22/Mei/2024
Direvisi : 25/Mei/2024
Diterima : 27/Mei/2024

ABSTRACT

The research approach used in this study is a quantitative approach with correlational quantitative methods with the number of populations not known for certain, but the population as the object of research in this case is the students of the HKBP Nommensen University Medan with the sampling technique using the Non Probability Sampling method with the type of snowball. sampling. In online buying and selling activities through the application, prospective buyers who want to buy goods can easily choose the goods displayed on the website complete with quality information that has been presented by the seller, complete with including the price. Then the prospective buyer who has determined the goods to be purchased can contact the seller via the telephone number or cellphone number listed on the site and make an agreement by making a payment. And one of them is often used by way of Cash On Delivery (COD).

Key word: Payment Method, Cash On Delivery (Cod), Online Purchase Decision

ABSTRAK

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode kuantitatif korelasional dengan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, tetapi yang menjadi populasi sebagai objek penelitian dalam hal ini yaitu Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan jenis *snowball sampling*. Dalam kegiatan jual beli *online* melalui aplikasi calon pembeli yang ingin membeli barang dapat dengan mudah memilih barang yang terpajang dalam situs lengkap dengan informasi kualitas yang sudah disajikan oleh penjual, lengkap dengan mencantumkan harganya. Kemudian calon pembeli yang telah menentukan barang yang akan dibeli dapat menghubungi penjual melalui nomor telepon atau nomor handphone yang tercantum dalam situs dan membuat kesepakatan dengan melakukan pembayaran. Dan salah satunya yang sering digunakan dengan cara *Cash On Delivery* (COD).

Hasil penelitian pada Uji Hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Metode Pembayaran COD dengan Keputusan Pembelian secara *online* pada mahasiswa Nommensen Medan, hal ini menunjukkan pada tingkat jual-beli *online* yang dilakukan mahasiswa dan hubungan yang sangat kuat antara variabel Metode Pembayaran COD dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai *r* hitung pada uji hipotesis.

Kata kunci: Metode Pembayaran, *Cash On Delivery* (Cod), Keputusan Pembelian Secara Online

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mempermudah banyak hal diberbagai bidang salah satunya pada bidang teknologi seperti teknologi komunikasi yang mencakup telepon, internet, televisi atau radio. Dalam bidang bisnis internet menjadi salah satu media transaksi yang mempermudah pelaku ekonomi dalam menjalankan bisnis mereka sehingga faktor jarak dan waktu tidak lagi menjadi suatu permasalahan. Teknologi informasi terutama dalam teknologi internet telah menjadi bagian dari masyarakat saat ini. Internet mampu diakses 24 jam dalam sehari, 7 hari dalam seminggu dan dapat diakses dimana saja selama ada koneksi. Menurut Jihand Alhabsy (2014:2) Salah satu implementasi teknologi internet yang sering digunakan untuk meningkatkan penjualan produk dan memperlancar proses bisnis adalah dengan mengimplementasikan *e-commerce*.

Hal tersebut membuat banyak pelaku ekonomi mulai gencar

menjadikan internet sebagai salah satu penunjang kegiatan bisnis mereka. Selain dapat menjalin hubungan bisnis dengan pelanggan secara lebih luas dan efisien, pelaku ekonomi juga dapat memangkas biaya-biaya yang seharusnya dikeluarkan. Hal inilah yang disadari sebagai peluang yang baik dalam menawarkan barang dan jasa kepada para konsumen melalui internet dalam pengaksesannya. Perkembangan teknologi internet mempermudah masyarakat untuk berbelanja. Konsumen tidak perlu lagi untuk mendatangi pusat perbelanjaan atau toko untuk berbelanja, namun cukup dengan menggunakan gawai (*gadget*) konsumen bisa berbelanja dengan mengunjungi berbagai situs web yang sering disebut dengan *online shopping*. *Online shopping* membuat kita semakin mudah berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga karena kemudahan inilah membuat *online shopping* semakin diminati.

Melalui *online* pembeli dapat melihat berbagai produk yang

ditawarkan melalui web yang dipromosikan oleh penjual. *Online Shopping* memungkinkan pembeli dan penjual untuk tidak bertatap muka secara langsung. Untuk memajukan usahanya, tiap perusahaan online shopping harus mampu bersaing dalam meningkatkan layanannya salah satunya dalam hal metode pembayaran *cash on delivery* (COD). Penggunaan metode COD dalam ecommerce semakin diminati karena selain lebih aman, namun juga menawarkan beragam keuntungan bagi para konsumen diantaranya : Pembeli dapat memeriksa barang apakah sesuai dengan barang yang di beli, jika barang tidak sesuai maka pembeli dapat komplain langsung atau membatalkan transaksi, terhindar dari penipuan (barang tidak di kirim), pembeli tidak menanggung jasa pengiriman atau pengantaran, menjadi jaminan bahwa toko online tidak tipu-tipu. COD adalah salah satu metode pembayaran di mana pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang dibelinya telah sampai ke alamat pengiriman

Ada beberapa faktor yang mendorong mahasiswa dalam melakukan pembelian secara online diantaranya adalah kepercayaan, gaya hidup, kemudahan dan kualitas informasi. Bertransaksi secara online ialah transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli secara online melalui media internet, tidak ada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan konsumen menurut Mowen dalam Donni (2017: 116) ialah: “semua pengetahuan yang di miliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang di buat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”.

Cash On Delivery (COD) merupakan salah satu metode pembayaran dalam bisnis online dimana pembeli melakukan pembayaran kepada penjual pada saat pengiriman. Dengan kata lain COD dapat didefinisikan sebagai kesepakatan antara pembeli dengan penjual untuk melakukan pembayaran ketika barang yang dibeli sudah sampai di alamat

tujuan. COD juga dapat di artikan adalah berarti membayar barang pada saat barang di kirimkan. Manfaat metode pembayaran COD akan memberi kemudahan Karena konsumen tidak perlu melakukan pembayaran melalui pihak bank dan dengan COD konsumen langsung dapat membayar uang yang dimilikinya secara langsung pada kurir yang mengantar barangnya.

Prosedur metode pembayaran *Cash On Delivery* :

1. Beli atau check out barang pilihan
2. Pilih cara pembayaran
3. Pilih jasa pengiriman dan pilih pembayaran COD
4. Tunggu kurir datang dan bayar pesanan beserta ongkirnya (jika ada) Secara tunai ditempat pengiriman sesuai bianya yang tertera pada halaman pembelian.

Keputusan pembelian secara online :

Keputusan pembelian suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan dan konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembeli. Menurut Herianto Ari

Wibowo, (2011:23) Keputusan dan pembelian ialah: “pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative, dan Pembelian ialah: keputusan konsumen mengenai apa yang di beli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membelinya”.

Pada COD keputusan pembelian dipengaruhi oleh pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Manajemen Pemasaran

Inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Salah satu defenisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. Menurut Kotler dan Arnstrong (2014:27) dalam *American Marketing Association* (AMA) 2017 menawarkan defenisi formal berikut:

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada

pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan.

Manajemen pemasaran terjadinya ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (*marketing manajemen*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Penerapan strategi

pemasaran digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran.

Menurut Philip Kotler, (2016:37) mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah : “terdiri dari pola pikir pemasaran yang nantinya dipakai untuk mencapai tujuan pemasaran itu sendiri”. Strategi pemasaran berisi strategi rinci tentang sasaran pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), hingga anggaran untuk pemasaran.

Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.

1. Fungsi strategi pemasaran menurut Philip dan Kotler (2016: 40) :
 - a. Menambah motivasi untuk mengembangkan bisnisStrategi pemasaran akan memberikan gambaran tentang peluang bisnis yang

digarap. Peluang ini tidak Cuma terpaku dimasa sekarang, tetapi juga potensi pengembangannya dimasa mendatang.

- b. Mengefektifkan koordinasi tim
Sudah jelas bahwa strategi marketing ada untuk mencapai tujuan bisnis. Sehingga, dengan adanya panduan utama.
- c. Memperjelas tujuan perusahaan
Strategi pemasaran membantu untuk membantu merumuskan tujuan jangka pendek dan panjang dari perusahaan.
- d. Mengontrol aktivitas pemasaran
Memastikan bahawa semua kegiatan berjalan sesuai koridor alias terpantau dengan baik demi mencapai tujuan.

Cash On Delivery

Cash On Delivery (COD) merupakan salah satu metode pembayaran dalam bisnis *online* dimana pembeli melakukan pembayaran kepada penjual pada saat pengiriman. Dengan kata lain COD dapat didefinisikan sebagai

kesepakatan antara pembeli dengan penjual untuk melakukan pembayaran ketika barang yang dibeli sudah sampai di alamat tujuan. *Cash On Delivey* (COD) juga dapat di artikan adalah berarti membayar barang pada saat barang di kirimkan. Metode pembayaran menurut Handayani (2021:61), menyatakan: “Sistem atau metode pembayaran adalah suatu mekanisme yang akan menunjukkan adanya aliran dari sejumlah nilai yang bersumber dari pembeli kepada penjual dalam suatu transaksi tertentu”.

Menurut Bank Indonesia dalam Wikipedia (yang diakses dalam https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sistem_Pembayaran) system pembayaran adalah “yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari pihak satu ke pihak lain”.

Cara Kerja Cash On Delivery

Berbelanja secara online tentu sudah menjadi kesenangan di masyarakat khususnya di kalangan mahasiswa sekarang ini. Hanya dengan terhubung di Internet, mereka bias memilih barang yang mereka pilih. Metode pembayaran yang di gunakan adalah metode pembayaran di tempat atau COD.

Dengan fitur tersebut peluang peningkatan penjualan di harapkan semakin meningkat.

Keputusan Pembelian Secara

Online

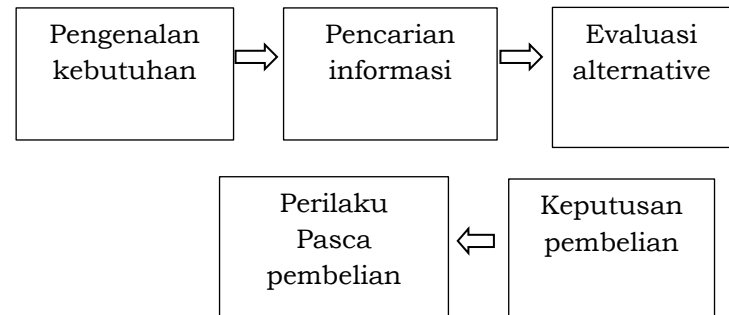
Keputusan pembelian suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan dan konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembeli.

Menurut Schffman dan Kanuk (dalam Etta Mamang Sadjani 2013:7) istilah perilaku konsumen di artikan sebagai perilaku yang di perhatikan konsumen dalam mencari, membeli, dan menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Keputusan pembelian merupakan *continue* dan memiliki dua dimensi Dimensi pertama adalah *degree*, menunjukkan keterlibatan konsumen di dalam keputusan membeli. Dimense kedua adalah *content*, menunjukkan jumlah informasi yang di butuhkan oleh konsumen untuk dapat membuat keputusan pembelian.

Gambar 1.

Proses Keputusan Pembelian



Sumber : Ujang Sumarwan , Perilaku konsumen,Bogor 2011

Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa keputusan pembelian secara *online* merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik.

$H_0: \rho = 0$ Tidak terdapat

hubungan metode pembayaran Cash On Delivery (COD) dengan keputusan pembelian

Ha: $\rho \neq 0$ Terdapat hubungan metode pembayaran Cash On Delivery (COD) dengan keputusan pembelian

TINJAUAN PUSTAKA

Isi Tinjauan Pustaka adalah peninjauan kembali pustaka-pustaka yang terkait (*review of related literature*). Sesuai dengan arti tersebut, suatu tinjauan pustaka berfungsi sebagai peninjauan kembali (*review*) pustaka (laporan penelitian, dan sebagainya) tentang masalah yang berkaitan—tidak selalu harus tepat identik dengan bidang permasalahan yang dihadapi—tetapi termasuk pula yang seiring dan berkaitan (*collateral*), ditulis dengan font **Bookman Old Style 12**.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif menurut Winarni (2018:24) yaitu “dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu”. Sementara metode

penelitian korelasional adalah bentuk penelitian yang bertujuan untuk mengetahui terdapat atau tidak terdapatnya hubungan antara dua atau lebih variabel.

Metode penelitian korelasional dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas, yakni : metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD), yakni : keputusan pembelian secara online.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini sebagai lokasi atau tempat dilakukan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai dari penetapan judul hingga selesai, dimulai dari bulan Februari 2021 dari pengajuan judul proposal sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Pengertian populasi menurut Silaen (2013:87) adalah “keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti”. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, tetapi yang menjadi populasi sebagai objek penelitian dalam hal ini yaitu Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

Pengertian sampel menurut Silaen (2013:87) adalah “sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya, kemudian ditarik kesimpulan mengenai karakteristik tersebut yang dianggap mewakili populasi”. Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan jenis *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar, tetapi makin lama makin banyak informasi yang didapatkan dan dinilai telah cukup.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting, karena data yang di kumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Teknik pengumpulan data menurut Winarni (2018:158) adalah “langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah Data primer dan Data primer ini dapat diperoleh melalui berbagai cara Kuesioner (Angket)

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas Instrumen

Ada beberapa hal pokok dalam uji validitas menurut Noor (2011:169), yaitu sebagai berikut :

1. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel
2. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu
3. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel
4. Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$, maka butir soal disebut valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas di uji dengan menggunakan *Alfa Cronbach*. Keandalan pengukuan dengan menggunakan *Alfa Cronbach*

menurut Noor (2011:165), adalah secara kuantitatif dari perubahan “koefisien keandalan yang suatu (beberapa) kejadian terhadap menunjukkan seberapa baiknya *item* sesuatu (beberapa) kejadian lainnya. atau butir dalam suatu kumpulan Kejadian (event) dapat dinyatakan secara positif berkorelasi satu sama sebagai perubahan nilai variabel. lain”. Ada beberapa hal pokok dalam Dalam penelitian kuantitatif, analisis uji reliabilitas menurut Noor data merupakan kegiatan setelah data (2011:166), yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan
3. Jika nilai $\alpha > 0.60$, disebut reliabel

Menurut Sujerweni (2014:192), “Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan”. Lalu ia juga menambahkan, “jika nilai *Cronbach Alpha* dinyatakan reliabel harus $> 0,60$ baru bisa dikatakan reliabel”.

Analisis Data

Analisis data pada dasarnya yaitu memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh

lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan.

Uji Stastiktik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan beberapa metode yang berkaitan dengan pengumpulan suatu data yang mengolah menjadikan sebuah informasi yang dapat berguna dalam suatu penelitian. Uji statistik deskriptif ini dapat juga dilakukan untuk menganalisis data melalui pendeskripsian data yang telah dikumpulkan lalu membuat satu kesimpulan yang berupa informasi. Statistik deskriptif menurut

Sugiyono (2016:147), adalah “statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016:228), “Teknik korelasi digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio, dan sumber dari dua variabel atau lebih tersebut sama”. Uji ini merupakan hal yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan sebelumnya secara statistik lalu menarik suatu kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan mendirikan Universitas HKBP Nommensen pertama kali lahir di Sinode Agung HKBP Tahun 1952 sebagai respon atas permintaan masyarakat. Pendeta Agung menerima usulan tersebut dan membentuk suatu panitia. Persiapan pendirian dengan jangka waktu kerja satu tahun. Pada Sinode Agung Tahun 1953, panitia tersebut melaporkan hasil kerja mereka yang kemudian diterima dan

disahkan oleh sinode tersebut. Selama dua tahun bekerja, panitia tersebut mempersiapkan alat-alat perlengkapan yang dibutuhkan yaitu kompleks universitas (gedung untuk ruangan kuliah termasuk di dalamnya perumahan staf pengajar) di bekas Kompleks Rumah Sakit Pantoan milik Marjanji Estate Pematang Siantar, yang dibeli karena konsesinya telah berakhir. Pada tanggal 7 Oktober 1954, bertepatan dengan ulang tahun ke-73 HKBP, Universitas HKBP Nommensen diresmikan.

Gambaran Umum Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD)

Perkembangan Singkat Sistem COD

Perkembangan teknologi, memaksa manusia selalu melakukan inovasi, termasuk dalam hal jual-beli. Saat ini, seiring dengan menjamurnya penggunaan internet berimplikasi pada lahirnya jual beli *online*. Salah satu bentuk jual-beli yang lahir akibat munculnya jaringan internet antara adalah jual-beli *online*.

Zaman yang terus berkembang dan teknologi yang semakin maju menjadikan jual beli mengalami perkembangan yang begitu pesat baik dari segi teknis maupun objeknya. Di Indonesia mulai marak bermunculan forum jual beli *online* yang memberikan penawaran proses jual beli secara mudah, efektif dan efisien. Dari berbagai situs yang menyediakan ruang berjual-beli, salah satunya adalah forum jual beli *online* dengan memakai aplikasi Shoppe, Lazada, Tokopedia yang sekarang termasuk salah satu situs yang sering dikunjungi oleh para pencari barang *online*.

Dalam kegiatan jual beli *online* melalui aplikasi calon pembeli yang ingin membeli barang dapat dengan mudah memilih barang yang terpajang dalam situs lengkap dengan informasi kualitas yang sudah disajikan oleh penjual, lengkap dengan mencantumkan harganya. Kemudian calon pembeli yang telah menentukan barang yang akan dibeli dapat menghubungi penjual melalui nomor telepon atau nomor handphone yang tercantum dalam situs dan membuat kesepakatan dengan melakukan pembayaran. Dan salah satunya yang sering digunakan dengan cara *Cash On Delivery* (COD).

Cash On Delivery (COD) merupakan salah satu istilah yang sering ditemukan saat melakukan proses jual beli secara *online*. COD jika diartikan adalah berarti membayar barang pada saat barang dikirimkan. Tidak seperti sistem pembayaran jual-beli *online* lainnya yang tidak dapat dicek terlebih dahulu sebelum pembayaran. Pembayaran dengan sistem COD sehingga pembeli mendapatkan keuntungan karena barang yang dipesan bisa diperiksa terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran.

Saat ini perkembangan teknologi mempengaruhi kalangan muda khususnya Mahasiswa di Universitas Nommensen Medan. Dengan melakukan kegiatan *online* salah satunya adalah jual beli *online* yang mempermudah mahasiswa dalam membeli sesuatu barang. Hal ini tentunya berkaitan erat dengan metode pembayaran yang mereka lakukan, COD merupakan salah satu metode pembayaran yang sering dilakukan oleh mahasiswa.

Karakteristik Responden

Berikut ini merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari hasil penelitian, yaitu :

Table 4.1
Data berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	42	42 %
2	Perempuan	58	58%
Total		100	100%

Sumber :Hasil Olahan Data Koesioner Juli 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat kita ketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 58 orang (58%) dibandingkan dengan responden laki-laki yang berjumlah 42 orang (42%). Data tersebut menjelaskan bahwa yang sering melakukan transaksi jual beli *online* dengan metode COD adalah perempuan.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat menggunakan teknik *Korelasi Product Moment Pearson Correlations*. Uji ini merupakan hal yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan sebelumnya secara statistik lalu menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

Tabel 4.34

Hasil Uji Korelasi Variabel X (metode pembayaran COD) dengan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

		Correlations	
		Metode	Keputu

		Pembayaran COD	dan Pembelian
Metode Pembayaran COD	Pearson Correlation	1	.826**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	10	10
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	10	10

Sumber :Data penelitian yang telah diolah (SPSS 22 2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah 0.000 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa variable X (Metode Pembayaran COD) dengan variable Y (Keputusan Pembelian) berkorelasi atau memiliki hubungan. Selain itu nilai *Pearson Correlations* yang diperoleh sebesar 0,826 menunjukkan hubungan yang positif dan tidak sama dengan 0. Karena hal itu, $H_0 1: p = 0$ (tidak terdapat hubungan metode pembayaran COD dengan keputusan pembelian) **Ditolak**, dan $H_a 1 : p \neq 0$ (terdapat hubungan metode pembayaran COD dengan keputusan pembelian) **Diterima**.

Pembahasan Hasil Penelitian Hubungan Variabel X (Metode Pembayaran COD) dengan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.34 dapat kita ketahui bahwa variable X (Metode Pembayaran

COD) dengan Variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,826 angka ini menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya merupakan hubungan yang positif atau satu arah. Karena nilai koefisien korelasi yang diperoleh tidak sama dengan 0, maka $H_0 1: p = 0$ **Ditolak**, lalu $H_a 1 : p \neq 0$ **Diterima**. Artinya, terdapat hubungan metode pembayaran COD dengan keputusan pembelian. Bentuk hubungan yang terjadi antara keduanya adalah positif satu arah, artinya ketika metode pembayaran COD digunakan dalam jual-beli *online* maka tingkat keputusan pembelian secara *online* juga terus meningkat.

Jika kita menginterpretasikan nilai koefisien korelasi dengan Tabel 3.4 pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, maka nilai koefisien yang kita peroleh yakni 0,826 berada dalam interval (0,80-1.000) dengan tingkat hubungan **Sangat Kuat**.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Hubungan Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Dengan Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian pada Uji Hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Metode Pembayaran COD dengan Keputusan Pembelian secara *online* pada mahasiswa Nommensen Medan, hal ini menunjukkan pada tingkat jual-

beli *online* yang dilakukan mahasiswa.

2. Hasil penelitian pada Uji Hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel Metode Pembayaran COD dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung pada uji hipotesis.

Rekomendasi Kebijakan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil berupa beberapa saran yang bisa diberikan kepada Penulis, Mahasiswa dan kepada Perusahaan. Saran-saran tersebut antara lain:

a. Kepada

Mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan, pengetahuan terkait Metode Pembayaran COD dengan Keputusan Pembelian. Khususnya bagi peneliti lain dimasa yang akan datang, yang memiliki keinginan untuk mengkaji lebih dalam mengenai Metode pembayaran. Maka lebih baik lagi jika peneliti selanjutnya memodifikasi variabel *Independent* dengan cara mengganti atau menambah variabelnya. Sehingga akan menghasilkan hasil yang lebih objektif dan lebih bervariasi.

b. Kepada

Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi perusahaan yang menerapkan Metode Pembayaran COD untuk tetap konsisten dalam

pengiriman barang agar sesuai dengan yang di pesan, hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir penipuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, dan Armstrong (2014). *“Manajemen Of Marketing”*, New Jersey, Prentice Hall
- Kotler, Philip, (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Indonesia
- Noor, Juliansyah, (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Kencana, Jakarta
- Sujarweni, Wiratna, (2015), *SPSS Untuk Penelitian*, pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Sangadji, Etta Mamang, (2013), *Perilaku Konsumen*, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta
- Siagian, Nalom, (2019), *Business Strategy In The Era Of Disruptive Innovation (Digital Economy)*,
- Siagian, Nalom, (2020), *Literature Review: Analysis Of Digital Business Model Innovation (Implications For Offerings, Platforms And Organizations)*, <https://proceeding.unefaconference.org/index.php/IHERT>
- Sudaryono, (2017). *Metodologi Penelitian*, PT.Raja Grafindo Persada, Depok
- Sugiyono, (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung
- Silaen, Sofar dan Widiyono, (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*, In Media, Jakarta
- Winarni, Endang, (2018), *Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Cetakan Pertama, Jakarta
- Alhabsyi, Jihand, (2014). *“Perancangan E-Commerce*

dengan Layanan Cash On Delivery (COD)”, Jurnal Tugas Akhir Teknik Informatika, Volume 13 Hal 1 Universitas Hasanudin, Yogyakarta
Handayani,(2021), ”Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zlora Online Shopping”,UG JURNAL, Volume 15 Hal 61 Universitas Gunadarma,Jakarta