

# **Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Baju Di Lazada**

**Eva Ririn Andriani<sup>1</sup>, Agung Pujianto<sup>2</sup>, Sri Andayani<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

<sup>2,3</sup>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[evaririn1542@gmail.com](mailto:evaririn1542@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*Along with the development of an increasingly modern and sophisticated era, it has given birth to a system used for trading activities, namely E-commerce. Many marketplaces have sprung up so that the competition is getting tougher among marketplaces. This makes Lazada have to improve some of the features and promos provided, such as improving the COD payment system, providing more free shipping and increasing consumer reviews to attract more consumers. Companies must also pay attention to what factors attract consumers to buy in the marketplace to the products offered. This study tries to explain how the influence of the COD payment system, free shipping and consumer reviews on purchase interest in clothing products at Lazada. This study uses a quantitative method with a questionnaire as the instrument. The population in this study are people who live in the Surabaya area, while the research sample uses a non-probability sampling method with purposive sampling technique, the respondents taken are 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the COD payment system variable has no effect on the dependent variable that is purchase interest, while the free shipping variable and consumer reviews have a positive effect on the dependent variable that is purchase interest.*

*Keywords: COD Payment System, Free Shipping, Consumer Reviews and Purchase Interest.*

## **ABSTRAK**

Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern dan canggih telah melahirkan sebuah sistem yang digunakan untuk aktivitas perdagangan yakni *E-commerce*. Banyak bermunculan marketplace sehingga membuat persaingan semakin ketat diantara marketplace. Hal tersebut membuat Lazada harus meningkatkan beberapa fitur dan promo yang diberikan seperti meningkatkan mengenai sistem pembayaran COD, memberikan lebih banyak gratis ongkir dan meningkatkan review pembeli untuk lebih menarik konsumen. Perusahaan juga harus memperhatikan faktor apa saja yang menarik minat beli konsumen pada marketplace hingga produk yang ditawarkan. Penelitian ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana pengaruh sistem pembayaran COD, gratis ongkir dan review pembeli terhadap minat beli produk baju di Lazada. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi

dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di daerah Surabaya, sedangkan sampel penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, responden yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran COD tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yakni minat beli, sedangkan variabel gratis ongkir dan review pembeli berpengaruh positif terhadap variabel dependen yakni minat beli.

**Kata kunci** : Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir, Review Pembeli dan Minat Beli.

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia terdapat berbagai macam *E-commerce*, mulai dari aplikasi hingga website seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan masih banyak lagi. Lazada pernah mengalami peningkatan jumlah pengunjung dan mengalahkan beberapa *E-commerce* yang menjadi kompetitornya. Sejak Kuartal I - IV pada tahun 2017 Lazada berada pada urutan pertama *E-commerce* yang paling banyak dikunjungi.. Pada Kuartal 1 Tahun 2018 Lazada masih berada di urutan pertama dengan rata-rata kunjungan situs sebesar 131,8 juta. Tahun tahun berikutnya Lazada mengalami penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan karena kurangnya minat pelanggan untuk berbelanja di Lazada. Dapat dilihat pada data dibawah bahwa pada Kuartal II Tahun 2018 sampai Kuartal III Tahun 2021 jumlah pengunjung bulanan Lazada mengalami penurunan dan menempati posisi ketiga pada Kuartal II Tahun 2018 dengan jumlah pengunjung hanya mencapai 49,99 juta. Pada kuartal- kuartal berikutnya Lazada menempati posisi keempat hingga sekarang. Minat beli konsumen sebagai kecenderungan konsumen, untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Kristina dan Wahyudin, 2012). Menurut (Halaweh, 2018) dalam layanan *cash on delivery* (COD) adalah metode pembayaran yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen karena menimbulkan rasa aman, jaminan privasi, dan kepercayaan sehingga layanan *cash on delivery* (COD) ini masuk kedalam faktor psikologis bagian keyakinan dan sikap. Menurut Himayati (2008:34) Ongkos kirim merupakan biaya pengiriman barang atau jasa yang ditarik oleh penjual dari pelanggan saat terjadi proses jual beli dengan biaya pengiriman yang dibebankan kepada pelanggan. Menurut Melati & Dwijayanti (2020) *consumer review* sebagai informasi bagi pembeli tentang produk, merupakan ulasan yang diberikan konsumen kepada pihak penjual atau toko online yang berisi informasi berkaitan dengan evaluasi suatu produk setelah konsumen melakukan pembelian.

## **Metode Penelitian Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir, dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Produk Baju di Lazada adalah masyarakat yang

tinggal di daerah Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, dimana teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penentuan jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus slovin Husein Umar (2013:78). Pemberian skor menggunakan Skala *Likert* kemudian jawaban hasil responden dianalisis menggunakan Uji t (parsial), analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Uji t (parsial)**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran COD tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai t hitung  $< t$  tabel ( $1,081 < 1,660$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,282 > 0,05$ ). Gratis ongkir berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $2,861 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,005 < 0,05$ ) dan review pembeli berpengaruh terhadap minat beli dengan t hitung  $> t$  tabel ( $5,402 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ )

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Dari pengolahan data menggunakan SPSS, maka hasil persamaan regresi yang dimiliki yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 5,204 + 0,089X_1 + 0,215X_2 + 0,398X_3$$

Dari hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,204, berarti jika Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir dan Review pembeli dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan, maka peningkatan Minat Beli sebesar 5,204.
- Nilai koefisien regresi bernilai positif variabel Sistem Pembayaran COD ( $X_1$ ) sebesar 0,089, dimana variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan mengalami peningkatan mulai dari keamanan data privasi, maka akan meningkatkan Minat Beli ( $Y$ ) sebesar 0,089.
- Nilai koefisien regresi bernilai positif variabel Gratis Ongkir ( $X_2$ ) sebesar 0,215, dimana variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan mengalami peningkatan mulai dari kualitas produk, dan banyaknya gratis ongkir yang diberikan, maka akan meningkatkan Minat Beli ( $Y$ ) sebesar 0,215
- Nilai koefisien regresi koefisien bernilai positif variabel Review Pembeli ( $X_3$ ) sebesar 0,398, dimana variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan mengalami peningkatan mulai dari pelayanan yang diberikan hingga produk, maka akan meningkatkan Minat Beli ( $Y$ ) sebesar 0,398.

### **Analisis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )**

Diperoleh *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,506, ini berarti menunjukkan bahwa Minat Beli dipengaruhi oleh variabel Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir dan

Review Pembeli sebesar 50,6%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 49,4% yang dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya variabel diskon.

## **Pembahasan**

### **Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran COD Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa  $H_0$ : tidak ada pengaruh antara Sistem Pembayaran COD dengan Minat Beli produk baju pada toko di Lazada diterima. Ini menandakan bahwa Sistem Pembayaran COD bukan faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk baju di Lazada.

### **Analisis Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli**

Pada hasil uji yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dimana, hal ini terbukti dari tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$  yang artinya ada pengaruh antara Gratis Ongkir dengan Minat Beli produk baju pada toko di Lazada. Ini menandakan bahwa Gratis Ongkir sangat disukai dan bahkan dicari oleh konsumen. Variabel ini memiliki ketertarikan yang kuat kepada konsumen untuk memunculkan rasa minat beli dari konsumen.

### **Analisis Pengaruh Review Pembeli Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil uji analisis statistik pada Review Pembeli, menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak, hal ini terbukti dari hasil  $t$  hitung  $> t$  tabel sebesar  $5.402 > 1.660$  yang artinya ada pengaruh antara Review Pembeli dengan Minat Beli produk baju pada toko di Lazada. Ini menandakan bahwa Review Pembeli yang diberikan oleh konsumen sebelumnya banyak berisi komentar positif yang memunculkan keyakinan konsumen untuk memiliki rasa minat beli pada toko kita.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis statistik diketahui bahwa variabel sistem pembayaran COD tidak berpengaruh terhadap minat beli produk baju di Lazada karena COD merupakan salah satu metode pembayaran yang memang sudah tersedia untuk memudahkan para konsumen dalam melakukan pembayaran. Variabel kedua yakni gratis ongkir dimana variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat beli produk baju di Lazada dikarenakan ongkos kirim yang terkadang lebih mahal dibandingkan dengan harga produk yang akan dibeli membuat konsumen mengurungkan niatnya untuk membeli, Ketiga yaitu variabel review pembeli juga berpengaruh positif terhadap minat beli produk baju di Lazada.

## **Saran**

Dengan adanya saran ini semoga Lazada dapat menggunakannya untuk lebih meningkatkan bisnisnya menjadi lebih baik, saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Pada variabel sistem pembayaran COD Lazada harus mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dengan menjaga barang sampai dengan aman dan harus meningkatkan keamanan mengenai data privasi konsumen yang menggunakan sistem pembayaran

- COD dengan memperketat sistem transaksi dan jasa pengiriman.
2. Variabel gratis ongkir, dimana Lazada perlu mempertahankan promo gratis ongkir yang diberikan kepada konsumen guna untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan memberikan lebih banyak promo gratis ongkir kepada konsumen. Lazada juga harus meningkatkan promosi dengan gratis ongkir untuk membuat konsumen lebih memiliki rasa untuk mempunyai produk baju yang ditawarkan dengan voucher yang tiada batas untuk pembelian saat *event* tertentu.
  3. Ketiga variabel review pembeli yang patut dipertahankan oleh Lazada adalah review pembeli haruslah berisi informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan dengan menjaga kualitas produk sehingga konsumen akan merasa puas serta harus meningkatkan keseluruhan dari toko penjual mulai dari pelayanan, promo dan lain sebagainya untuk mendapatkan rating toko yang baik dan review pembeli yang positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Coanto Vicky, V., Rachmawati, N., & Agung, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk , Lokasi dan Fasilitas terhadap Minat Beli Konsumen . ( Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya ) Vicky Valdian Coanto Rachmawati Novaria Agung Pujiyanto. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*,4(2).
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kusumawati, A. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY(COD), TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Malang)* [Universitas Muhammadiyah Malang].
- Novita Sari, V. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha].
- Septi Ningtyas D, G. (2021). *PENGARUH E- WOM, CUSTOMER REVIEW DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE* [Universitas Putera Batam]Minat Beli Konsumen . ( Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya ) Vicky Valdian Coanto Rachmawati Novaria Agung Pujiyanto **PENDAHULUAN** Setiap pelaku bisnis dituntut agar dapat memahami kebut. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(2).