

Pengaruh Metode Pembayaran Transfer Bank, Shopee Pay, dan Cash on Delivery terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit

Fazrin Rainy Zahra¹, Armansyah M. Sarusu²

^{1,2} Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Indonesia
fazrinrainy@gmail.com

Received : Jul' 2026 Revised : Aug' 2026 Accepted : Aug' 2026 Published : Aug' 2026

ABSTRACT

Based on the results of the observation, consumers of Mayoutfit products who shop through the Shopee e-commerce platform use various payment methods, including bank transfers, Shopee Pay, and Cash On Delivery (COD). These payment methods are found to influence consumers' purchasing decisions. The purpose of this study is to determine the influence of these three payment methods on the purchasing decisions of Mayoutfit products. The research methods used include literature review, observation, interviews, and questionnaires. The data analysis in this study employs a causal-comparative approach to compare two or more variables, identify potential cause-and-effect relationships, and evaluate them. The results of this study indicate that, partially (t-test), the bank transfer variable (X1) has a significant influence on purchasing decisions for Mayoutfit products; likewise, the Shopee Pay variable (X2) has a significant influence on purchasing decisions for Mayoutfit products, as does the Cash On Delivery variable (X3). Meanwhile, simultaneously (F-test), bank transfers, Shopee Pay, and Cash On Delivery payment methods collectively have a significant influence on the purchasing decisions for Mayoutfit products.

Keywords : Bank Transfer; Cash on Delivery; Purchase Decision.

ABSTRAK

Berdasarkan hasil observasi, konsumen produk Mayoutfit yang berbelanja melalui e-commerce Shopee menggunakan berbagai metode pembayaran diantaranya transfer bank, shopee pay, Cash On Delivery (COD). Metode pembayaran ini ternyata mempengaruhi konsumen dalam Keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ketiga metode pembayaran tersebut terhadap Keputusan pembelian produk Mayoutfit. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu studi pustaka, observasi, wawancara dan kuisioner. Data analisis pada penelitian ini menggunakan kausal komparatif untuk melakukan perbandingan dua atau lebih variable dan mengetahui kemungkinan hubungan sebab akibat dan mengevaluasinya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel transfer bank (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Mayoutfit, lalu variabel shopee pay (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mayoutfit, begitu pula dengan variabel Cash On Delivery (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Mayoutfit. Sedangkan secara simultan (uji F) metode pembayaran transfer bank, shopee pay Cash On Delivery secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Mayoutfit.

Kata Kunci : Cash On Delivery; Keputusan Pembelian; Shopee Pay; Transfer Bank.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat membuat persaingan antar pelaku usaha semakin sengit. Munculnya berbagai macam produk di pasar mendorong konsumen untuk mengambil langkah secara bijak dan memilih dengan teliti dalam menentukan pilihan pembelian [1]. Kemajuan teknologi digital turut memberikan dampak positif yang signifikan dalam menunjang aktivitas masyarakat Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Selain memudahkan komunikasi, digitalisasi dalam bisnis juga membuka peluang dan memfasilitasi transaksi jual beli agar dapat dilakukan dengan efisien dan mudah. Masyarakat kini bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih praktis dan efisiensi tanpa perlu keluar rumah. Dengan memanfaatkan teknologi digital, berbagai jenis transaksi bisa dilakukan secara daring, sehingga memungkinkan efisien dalam berbagai kegiatan bisnis meskipun ada keterbatasan jarak dan waktu [2].

Tabel 1. Tabel Jumlah Pengguna E-Commerce

Tahun	Jumlah Pengguna
2020	38,72 jt
2021	44,43 jt
2022	50,89 jt
2023	58,63 jt
2024	65,65 jt

Sumber : Kementrian Perdagangan[3]

Berdasarkan tabel yang telah ditunjukkan di atas, terlihat bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020 tercatat sebanyak 38.72 juta pengguna, kemudian meningkat menjadi 44.43 juta pengguna pada tahun 2021. Angka ini terus bertambah pada tahun 2022 menjadi 50.89 juta pengguna, lalu naik lagi menjadi 58.63 juta pengguna di tahun 2023, dan mencapai 65.65 juta pengguna pada tahun 2024.

Platform *e-commerce* yang paling sering dikunjungi adalah Tokopedia dengan jumlah pengunjung mencapai 158,35 juta, diikuti oleh Shopee dengan 131,3 juta pengunjung [3]. *E-commerce* Shopee banyak menawarkan kemudahan dalam hal pembayaran seperti, menggunakan *e-money (shopeepay)* jenis pembayaran tersebut kerap dipilih oleh konsumen, terutama oleh mahasiswa yang merupakan segmen pengguna dominan dalam penggunaan aplikasi Shopee. Mayoutfit adalah *brand fashion* wanita yang banyak diminati oleh kaum hawa yang menggunakan platform Shopee. Harga yang terjangkau bagi para konsumen sehingga *brand* ini sukses untuk menarik para konsumen untuk membeli produk dengan brand mayoutfit ini.

Fenomena ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap metode pembayaran dapat memengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian, dimana Shopee Pay sebagai dompet digital milik Shopee banyak dipilih karena menawarkan kemudahan, kecepatan transaksi, serta berbagai promosi menarik seperti *cashback* dan gratis ongkir, sementara transfer bank masih digunakan konsumen yang lebih terbiasa dengan metode konvensional, dan metode *Cash On Delivery* cenderung dipilih oleh konsumen yang merasa lebih aman membayar

setelah barang diterima. Meskipun demikian, hanya sedikit penelitian yang menyoroti secara khusus bagaimana masing-masing metode pembayaran ini berkontribusi terhadap tingkat konversi pembelian, khususnya pada produk Mayoutfit.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan dua kategori data utama yaitu survei dan kausal komparatif. Dalam penelitian kuantitatif, data yang digunakan biasanya berupa angka-angka yang diperoleh langsung dari lapangan, atau merupakan data kualitatif yang telah dikonversi ke dalam bentuk numerik melalui proses kuantifikasi [4]. Dalam kali ini peneliti akan meneliti metode pembayaran apa yang dipilih *customer* mayoutfit pada keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Tidak semua metode pembayaran yang ada di *e-commerce* Shopee dijadikan ke dalam objek penelitian, tetapi hanya ada 3 metode pembayaran yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian, yaitu transfer bank, shopee pay dan *Cash On Delivery*.

Populasi merupakan keseluruhan unsur yang dapat berupa individu, peristiwa, objek, atau objek lain yang memiliki ciri khas tertentu yang relevan dengan kajian penelitian [5]. Adapun populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini mencakup data penjualan online produk Mayoutfit di Shopee. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability*, yaitu metode memilih sampel di mana tidak semua orang dalam kelompok yang diteliti memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Pendekatan dalam penelitian ini dipilih untuk dijadikan sampel dengan kriteria individu meliputi aktif menggunakan aplikasi Shopee, memiliki pengalaman membeli produk dari Mayoutfit, dan berumur 17-60 tahun.

Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%. Berikut ini adalah perhitungan jumlah sampel yang akan ditetapkan :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{8.880}{1 + 8.880 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.880}{89,8}$$

$$n = 98,8 \text{ (Dibulatkan menjadi 99)}$$

Keretangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan 10%

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden, yang dibulatkan menjadi 100 responden. Responden ini dianggap mampu untuk mempresentasikan penelitian ini. Adapun responden yang diminta untuk mengisi kuisioner dengan skala likert dan bobot tertentu, dengan menggunakan skala likert.

Adapun alat pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas data. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi berganda, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini yang mengisi kuisioner sebanyak 100 responden. Mayoritas responden berusia 17-25 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa dan memiliki pendapatan di rentang Rp.0 – Rp. 1.500.000,-

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r	tabel	r table	Keterangan
Transfer Bank (X1)	X1.1	0.195	0.551		Valid
	X1.2	0.195	0.647		Valid
	X1.3	0.195	0.562		Valid
	X1.4	0.195	0.387		Valid
	X1.5	0.195	0.626		Valid
	X1.6	0.195	0.694		Valid
	X1.7	0.195	0.736		Valid
	X1.8	0.195	0.583		Valid
Shopee Pay (X2)	X2.1	0.195	0.506		Valid
	X2.2	0.195	0.487		Valid
	X2.3	0.195	0.428		Valid
	X2.4	0.195	0.636		Valid
	X2.5	0.195	0.649		Valid
	X2.6	0.195	0.441		Valid
	X2.7	0.195	0.540		Valid
	X2.8	0.195	0.577		Valid
Cash On Delivery (X3)	X3.1	0.195	0.773		Valid
	X3.2	0.195	0.735		Valid
	X3.3	0.195	0.805		Valid
	X3.4	0.195	0.714		Valid
	X3.5	0.195	0.767		Valid
	X3.6	0.195	0.716		Valid

Pada Tingkat signifikansi 10% dan jumlah responden 100 maka diperoleh nilai r table 0,195. Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada table Uji validitas, seluruh pernyataan pada ketiga variable yaitu Transfer Bank, Shopee Pay, dan Cash On Delivery dinyatakan valid, karena miliki nilai r hitung > r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Transfer Bank (X1)	0.738	8	Tinggi
Shopee Pay (X2)	0.646	8	Sedang
Cash On Delivery (X3)	0.844	6	Tinggi

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa hasil *Cronbach's Alpha* pada variabel Transfer Bank sebesar 0,738 berada direntang antara 0,70 – 0,90 menurut kriteria koefisien realibilitas maka menunjukan bahwa realibilitas variabel Transfer Bank adalah tinggi. Sedangkan untuk hasil *Cronbach's Alpha* variabel Shopee Pay sebesar 0,646 berada direntang antara 0,40 – 0,70 menurut kriteria koefisien realibilitas maka menunjukan bahwa realibilitas variabel Shopee Pay adalah sedang. Dan untuk hasil *Cronbach's Alpha* variabel Cash On Delivery sebesar 0,844 berada direntang yang sama seperti variabel Tansfer Bank maka menunjukan bahwa realibitas Cash On Delivery adalah tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuisioner sebagai alat ukur dalam penelitian ini bersifat realibel dan semua pernyataan setiap variabel dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual (X1)	Unstandardized Residual (X2)	Unstandardized Residual (X3)
N		100	100	100
Normal Parameters	Mean	.0000000	.0000000	.0000000
	Median	.75868424	.73626210	.75894582
Most Extreme Difference	Absolute	.076	.080	.082
	Positive	.053	.071	.067
	Negative	-.076	-.080	-.082
Test Statistic		.076	.080	.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.161 ^d	.115 ^d	.095 ^d

Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka diperoleh nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* pada setiap variabel yaitu variabel Transfer Bank memperoleh 0.161^d, Shopee Pay memperoleh 0.115^d Cash On Delivery memperoleh 0.095^d sehingga dapat dinyatakan data residual berdistribusi normal.

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R Square* dari masing-masing variabel. Untuk variabel Transfer Bank sebesar 0,116 atau 11,6% yang dapat dijelaskan oleh variabel Transfer Bank. Sedangkan variabel Shopee Pay sebesar 0,275 atau 27,5% yang dapat dijelaskan oleh variabel Shopee Pay. Variabel Cash On Delivery sebesar 0,150 atau 15% yang dapat dijelaskan oleh varibel Cash On

Delivery. Sementara untuk sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Transfer Bank (X1)	.340 ^a	.116	.107	.763
Shopee Pay (X2)	.524 ^a	.275	.267	.691
Cash On Delivery (X3)	.387 ^a	.150	.141	.748

Uji t

Tabel 7. Uji t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	12.570	<,001
1 Transfer Bank	3.581	<,001
Shopee Pay	6.091	<,001
Cash On Delivery	4.153	<,001

Hasil uji t pada setiap variabel menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel. Pada variabel Transfer Bank $3.581 > 1.984$, sedangkan pada variabel Shopee Pay $6.091 > 1.984$ dan pada variabel *Cash On Delivery* $4.153 > 1.984$. Maka t hitung pada setiap variabel lebih besar daripada t tabel.

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjust R Square	Std error of the Estimate
1	.565	.320	.298	.676

Berdasarkan hasil analisis korelasi berganda pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R pada tabel diatas sebesar 0,565 ini berarti model korelasi secara simultan signifikan. Dan tingkat hubungan antara ketiga variabel independent terhadap variabel dependen yaitu sedang karena berada di rentang 0,400 – 0,599.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	11.649	.737
1 Transfer Bank	.044	.019
Shopee Pay	.122	.031
COD	.013	.023

Persamaan regresi yang diperoleh :

$$Y = 11.649 + 0,044X_1 + 0,122X_2 + 0,013X_3 + e$$

- Setiap peningkatan 1, satuan pada Transfer Bank meningkatkan skor Keputusan pembelian sebesar 0,044.
- Metode pembayaran Shopee Pay berpengaruh lebih besar dari variabel lain yaitu sebesar 0,122
- Variabel *Cash On Delivery* memberikan kontribusi 0,013.

Analisis Koefisien Determinasi (Secara Simultan)

Tabel 10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (Secara Simultan)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	.565	.320	.298	.676

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom R square, hasilnya yakni 0,320 yang berarti variabel independent X1, X2, dan X3 dapat menjelaskan variabel dependen Y sebesar 32%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang berada diluar penelitian

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.600	3	6.867	15.036	<,001 ^b
Residual	43.840	96	.457		
Total	64.440	99			

Hasil dari uji simultan (uji F) dalam penelitian kali ini pada tabel diatas diperoleh nilai sig sebesar <,001. Hal tersebut dapat diartikan bahwa nilai sig. lebih kecil daripada nilai alpha (0,005), maka dapat dinyatakan bahwa variabel independent X1, X2 dan X3 sangat berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Y.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dengan jumlah responden 100, maka metode pembayaran Transfer Bank, *Shopee Pay* dan *Cash on Delivery* terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial, Transfer Bank berkontribusi sebesar 11,6% ($t_{hitung} 3.581 > t_{tabel} 1.98498$, sig <0,001), *Shopee Pay* sebesar 27,5% ($t_{hitung} 6.091 > t_{tabel} 1.98498$, sig <0,001), dan *Cash on Delivery* sebesar 15% ($t_{hitung} 4.153 > t_{tabel} 1.98498$, sig <0,001). Sementara itu, secara simultan ketiga metode pembayaran tersebut memberikan pengaruh signifikan dengan nilai determinasi 32% ($F_{hitung} 15.036 > F_{tabel} 2.699$, sig <0,001).

Saran untuk perusahaan mayoutfit yaitu memperbaiki layanan Transfer Bank dan *Cash on Delivery* dengan lebih memprioritaskan dengan adanya promosi, diskon khusus, kecepatan pengiriman juga kejelasan pada biaya tambahannya. Dan saran untuk peneliti selanjutnya yaitu menambahkan kriteria responden dan memperluas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Suherman and A. M. Sarusu, "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Label Halal terhadap Minat Beli pada Kopi Torabika Gilus Mix," *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah*, vol. 8, no. 1, pp. 36–49, 2024, doi: 10.32627.
- [2] C. Hodijah, H. P. Kusnara, and U. A. Jaya, "Pelatihan Strategi E-Commerce Dalam Mengembangkan Keunggulan Daya Saing Produk Usaha bagi Pelaku Bisnis UMKM Kota Bandung," *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, vol. 4, no. 3, p. 627, Aug. 2023, doi: 10.33394/jpu.v4i3.8565.
- [3] K. Perdagangan, "Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia periode 2023 Pusat Data dan Sistem Informasi," 2023.
- [4] "Metode Penelitian - Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M. - Google Buku." Accessed: Feb. 15, 2025. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+penelitian+kuantitatif+adalah&ots=f3oM9JSp8A&sig=Zv2YQKaCLofUFOeYXZkrpCtaXPQ&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kuantitatif%20adalah&f=false
- [5] R. Unpad, "Operasionalisasi variabel & Populasi Sampel," 2023.