

ANALISIS PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY DAN PAYLATER PADA PEMBELIAN PRODUK SHOPEE TERHADAP PERILAKU CUSTOMER (STUDI KASUS: CUSTOMER SHOPEE)

Dea Selvia Amelia, Hannie, Siska, Apriade Voutama, Azhari Ali Ridha

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timuur Karawang

dea.selvia19040@student.unsika.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan peran dan prevalensi aktivitas elektronik digital telah mengubah cara individu bertransaksi dan berinteraksi dengan mata uang digital. Mata uang virtual dan pembayaran nontunai menjadi aspek penting dalam transaksi, penggajian, dan berbelanja secara digital. Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem pembayaran juga mengalami transformasi signifikan, dari penggunaan uang tunai tradisional menuju pembayaran elektronik seperti kartu ATM, *e-wallet*, dan kartu kredit. Sejarah *e-commerce* dimulai pada tahun 1970-an dengan inovasi seperti *Electronic Funds Transfer* (EFT) dan *Electronic Data Interchange* (EDI), yang kemudian berkembang menjadi aplikasi telekomunikasi dengan komersialisasi internet pada tahun 1990-an. Pertumbuhan pengguna *e-commerce* di Indonesia terus berlanjut, dengan transaksi online yang diharapkan terus meningkat. Meskipun berbagai metode pembayaran ditawarkan oleh platform *e-commerce* seperti Shopee, metode *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* menjadi solusi bagi pelajar dan pekerja kantoran yang mengalami kendala dalam pembayaran. Dengan demikian, tren transaksi online dan transformasi metode pembayaran terus memengaruhi perilaku belanja dan bertransaksi di era digital.

Kata Kunci: analisis, *cash on delivery*, *paylater*, longitudinal, servqual, gap servqual.

1. PENDAHULUAN

Aktivitas elektronik digital kini tak terbatas oleh ruang dan waktu. Individu dapat bertransaksi elektronik secara fleksibel. Mata uang digital, pembayaran digital, dan berbelanja secara terdigitalisasi meningkatkan efisiensi. Pengaruh ini terlihat pada transaksi digital yang cepat dan mudah. Semua orang semakin mengadopsi mata uang virtual, menghubungkan ke arah transaksi elektronik. Aktivitas elektronik membuka akses tanpa batasan ruang dan waktu [1].

Mata uang digital berperan penting dalam pembayaran dan transaksi digital. Upah, belanja, dan transaksi semuanya mengadopsi model digital. Sistem pembayaran menjadi fokus perkembangan teknologi terkini. Sebelumnya, alat pembayaran tunai seperti uang kertas dan logam dominan. Namun, teknologi modern mendorong masyarakat beralih ke pembayaran nontunai. Metode ini melibatkan kartu ATM, *e-wallet*, *e-commerce*, kartu kredit, dan cek. Dampaknya adalah semakin kuatnya budaya tanpa uang tunai (*cashless*) [2].

Pada 1970-an, *e-commerce* dimulai dengan inovasi seperti *Electronic Funds Transfer* (EFT). Awalnya, aplikasinya terbatas pada lembaga keuangan besar dan perusahaan kecil dengan volume transaksi terbatas. *Electronic Data Interchange* (EDI) kemudian memperluas transaksi keuangan dan melibatkan berbagai sektor, termasuk lembaga keuangan, manufaktur, ritel, dan perusahaan jasa. Aplikasi lainnya juga berkembang, seperti perdagangan saham dan pemesanan perjalanan. Meskipun awalnya dikenal

sebagai aplikasi telekomunikasi, dengan komersialisasi internet pada awal 1990-an, *e-commerce* tumbuh pesat dan menjadi istilah yang dikenal luas, menghubungkan jutaan pelanggan [3].

Tren besar pertumbuhan pengguna *e-commerce* di Indonesia tetap berlanjut. Transaksi online diharapkan terus meningkat dalam beberapa tahun mendatang. Permintaan masyarakat akan transaksi online mendorong hadirnya aplikasi berbelanja seperti Shopee. Meskipun Shopee menyediakan berbagai metode pembayaran, banyak pelajar dan pekerja kantoran yang kesulitan, terutama tanpa kartu debit/kredit atau karena keterbatasan waktu. Namun, metode *Cash On Delivery* (COD) dan *Shopee Paylater* menjadi solusi, memudahkan pembayaran di tempat atau di masa mendatang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Pembayaran

Pembayaran adalah cara transaksi untuk membeli barang, jasa, melunasi hutang, pajak, dan sebagainya. Ini melibatkan metode pembayaran seperti cicilan, tunai, atau nontunai untuk pembelian dan penjualan [4].

2.2. Pembayaran Tunai

Pembayaran tunai yaitu pembayaran yang dilakukan secara tatap muka dengan memberikan mata uang yang berupa uang kertas dan koin. Contoh pembayaran tunai pada *e-commerce* shopee yaitu *cash on delivery* dan mitra agen (alfamart, indomart, brilink, dll).

2.3. Pembayaran Nontunai

Sistem pembayaran nontunai atau digital adalah sistem pembayaran yang dilakukan secara *online* melalui jaringan internet untuk memungkinkan konsumen melakukan pembelian produk. Contoh pembayaran nontunai yaitu *paylater*, *shopeepay*, transfer bank dan kartu kredit atau debit.

2.4. Cash On Delivery (COD)

Cash on Delivery atau (COD) adalah metode pembayaran e-commerce di mana pembeli membayar harga barang atau jasa secara tunai kepada kurir saat pesanan sampai di tempat tujuan. Ini melibatkan kesepakatan antara pembeli dan penjual, di mana kurir mengantarkan barang, pembeli memeriksa, dan pembayaran dilakukan secara langsung.

2.5. Paylater



Gambar 1. Contoh tagihan paylater pada shopee.

Shopee merupakan platform *e-commerce* yang menyediakan fitur *Paylater*, yaitu opsi pembayaran cicilan atau pembayaran penuh pada waktu jatuh tempo. Fitur ini memungkinkan pelanggan Shopee untuk tidak terhambat saat melakukan proses *checkout* meskipun tidak memiliki saldo saat itu dan harus menunggu gaji. Shopee *Paylater* menyediakan berbagai opsi pinjaman, serupa dengan kartu kredit, yang memungkinkan pelanggan untuk membeli sekarang dan membayar nanti melalui layanan *Paylater*. Fitur ini juga memiliki pendekatan pengiriman uang di mana platform lebih dulu menyimpan tagihan cicilan dari pengguna kepada pengirim, dan pelanggan kemudian mengelola tagihan tersebut melalui aplikasi [5].

2.6. Shopee



Gambar 2. Logo shopee

Gambar 2 menampilkan logo Shopee, sebuah platform marketplace di mana orang dewasa dan remaja dapat membeli dan menjual barang. Shopee secara resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015. Sejak peluncurannya pada Oktober 2017, Shopee telah mengalami pertumbuhan pesat. Pada bulan tersebut, aplikasi ini telah diunduh oleh lebih dari 43 juta orang. Shopee adalah layanan belanja

yang mulai beroperasi pada Juni 2015 dan berbasis di Singapura. Data dari Iprice menunjukkan bahwa lebih dari 400 juta orang mengunjungi 41 pasar berbeda setiap bulannya. Dengan berbagai program, promosi, dan flash sale, Shopee telah berhasil menjadi salah satu situs e-commerce yang paling populer dan dikunjungi oleh pengguna [6].

2.7. Servqual

Service Quality atau Metode *Servqual* merupakan Teknik yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan [7]. *Servqual* (*Service Quality*) didasarkan pada perbandingan dua faktor utama, yaitu pandangan pelanggan terhadap layanan yang diterima (*experience service*) dan layanan yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*) [8]. *Servqual* juga merupakan metode pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas layanan yang menjadi acuan pengukuran yang dilakukan Customer terhadap pelayanan yaitu (Jiang dkk, 2002 dikutip oleh Kurniawan, 2008), yaitu terdiri dari [9] :

1. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk mencapai kinerja yang andal dan akurat.
2. Jaminan (*Assurance*), kemampuan karyawan untuk membangkitkan rasa percaya diri.
3. Bukti fisik (*Tangible*), aspek yang secara fisik terlihat oleh penyimpanan curah dan personel.
4. Empati (*Empathy*), termasuk perawatan dan perhatian individu kepada pengguna.
5. Tanggap (*Responsiveness*), kesediaan untuk membantu peserta dan memberikan perhatian yang tepat.

Nilai *servqual* untuk setiap pasang pertanyaan bagi setiap pelanggan akan dihitung menggunakan rumus *gap servqual*.

• Gap Servqual

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (1)$$

Cara menghitung *gap servqual* secara rinci dapat dihitung berdasarkan rumus (1) [10].

1. Tiap item dimana P= persepsi dan H= harapan
2. Pada rumus (2) tiap dimensi dimana p1 hingga p4 dan H1 hingga H4 adalah pernyataan setiap persepsi dan harapan yang saling terikat dengan setiap dimensinya, contoh:

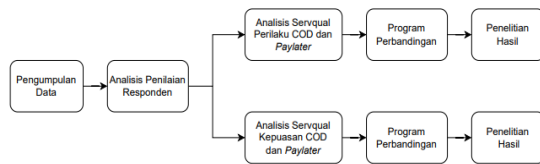
$$(P1+P2+P3+P4+P5+P6/6) - (H1+H2+H3+H4+H5+H6/6) \quad (2)$$
3. Untuk mengetahui hasil kepuasan *customer* maka di gunakan rumus (3) (Firlina et al., 2016).

$$\text{Kepuasan } Q = \frac{\text{Persepsi } (P)}{\text{Harapan } (H)} \quad (3)$$

3. METODE PENELITIAN

Metodologi yang penulis gunakan pada penelitian ini Metodologi *longitudinal* dengan tujuan

untuk mengukur pendapat, perbandingan, sikap dan perilaku responden.



Gambar 4. Kerangka Penelitian.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah penting dalam penelitian untuk memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan. Data akurat dan relevan krusial untuk kesimpulan yang dapat diandalkan. Ada tiga metode pengumpulan data: observasi, kuesioner, dan studi literatur.

1. Observasi langsung mengumpulkan data dari sistem pembelian untuk informasi akurat.
2. Kuesioner, untuk memperoleh informasi yang lengkap, penulis langsung menggunakan kuesioner dan skala likert untuk menyusun sikap dan pendapat lalu dibagikan kepada *customer* shopee sebagai sampel dalam penelitian ini yang menggunakan metode pembayaran COD dan *Paylater*.
3. *Studi literatur* melibatkan pengumpulan teori dari buku dan jurnal yang mendukung penelitian.

2. Analisis Penilaian Responden

Pada tahap ini peneliti menganalisis penilaian responden melalui proses dari jawaban yang sudah responden isi pada kuesioner lalu menentukan validitas dan reliabilitas terhadap suatu data dari suatu variabel menggunakan spss versi 29.

3. Analisis Servqual

Tahap analisis servqual ini melihat gap dengan menggunakan rumus servqual atau melihat perbedaan kesenjangan yang ada pada metode pembayaran. Perbedaan yang muncul dari setiap *customer* terjadi karena persepsi dari setiap pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap suatu metode pembayaran.

4. Program Perbandingan

Peneliti menggunakan program perbandingan untuk membandingkan hasil gap antara perilaku dan kepuasan responden yang menggunakan metode pembayaran COD dan *paylater*.

5. Penelitian Hasil

Hasil penelitian atau kesimpulan yang dapat ditarik setelah melalui proses penelitian yang sudah dilakukan. Hasil penelitian berupa jawaban atas pertanyaan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

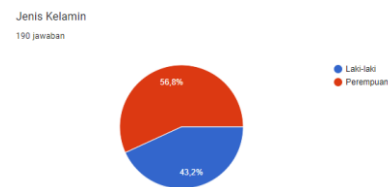
4.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner *online* berbentuk *Google Form* yang disebarikan melalui beberapa akun sosial media oleh peneliti kepada 190 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan *probability sampling* melalui teknik *simple random sampling* sebagai salah satu cara untuk mendapatkan sejumlah data dari sebuah penelitian. data hasil penelitian yang didapatkan berupa hasil jawaban responden mengenai setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner.

4.2. Deskripsi Identitas Responden

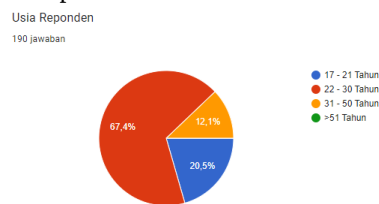
Dalam penelitian ini, terdapat 190 sampel responden yang dimasukkan, presentase dari setiap responden dapat dilihat pada grafik dibawah :

a. Jenis Kelamin



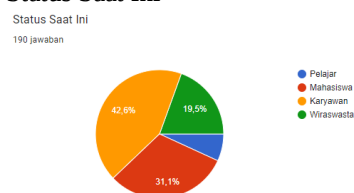
Gambar 5. Diagram Jenis Kelamin.

b. Usia Responden



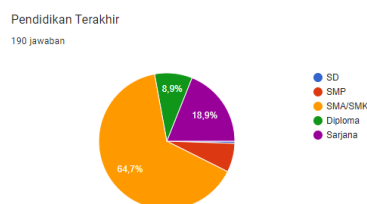
Gambar 6. Diagram Usia Responden

c. Status Saat Ini



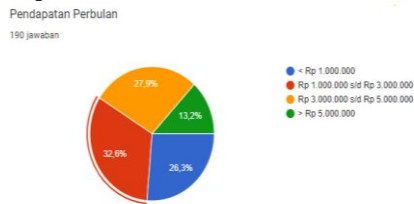
Gambar 7. Diagram Status Saat ini

d. Pendidikan terakhir



Gambar 8. Diagram Pendidikan Terakhir

e. Pendapatan Perbulan



Gambar 9. Diagram Pendapatan Perbulan

f. Apakah Anda Pengguna Shopee



Gambar 10. Diagram Jumlah Pengguna Shopee

g. Apakah anda pernah menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) atau *Shopee Paylater* pada *E-Commerce* Shopee ?

Gambar 11. Diagram Metode Pembayaran COD dan Paylater

4.3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel: Probability sampling, simple random sampling, memastikan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama menjadi sampel, sehingga sampel mewakili populasi. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu :

1. Responden adalah customer shopee.
2. Responden pernah menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* atau *Paylater*.

4.4. Sampel

Dalam penelitian ini, terdapat 38 indikator yang dikalikan dengan 5 menggunakan rumus Hair et al. Dari perhitungan ini, didapatkan jumlah responden sebanyak 190. Oleh karena itu, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 190 pengguna Shopee. Sampel ini dianggap mencukupi untuk mewakili populasi.

$$\begin{aligned} \text{Rumus} &= 5 \times \text{semua indikator} \\ &= 5 \times 38 \text{ (jumlah semua indikator)} \\ &= 190 \text{ responden} \end{aligned}$$

4.5. Analisis Penilaian Responden

Pada tahap analisis penilaian responden sebelum melanjutkan ke pengolahan data peneliti perlu mengetahui apakah data tersebut valid atau tidak, jika tidak valid maka penelitian tidak bisa di lanjutkan.

Untuk menentukan validitas dan reliabilitas dapat dilihat dari uji validitas dan reabilitas berikut :

4.6. Uji Validitas

Validitas diuji dengan membandingkan rhitung dan rtabel pada tingkat signifikansi 5%. Jika rhitung > rtabel instrumen dianggap valid.

Tabel 1. Uji Validitas COD (kinerja).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,617	0,195	Valid
2	P2	0,653	0,195	Valid
3	P3	0,554	0,195	Valid
4	P4	0,663	0,195	Valid
5	P5	0,574	0,195	Valid
6	P6	0,671	0,195	Valid
7	P7	0,443	0,195	Valid
8	P8	0,657	0,195	Valid
9	P9	0,413	0,195	Valid

Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung > r tabel = 0,195

Tabel 2. Uji Validitas COD (harapan).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,639	0,195	Valid
2	P2	0,734	0,195	Valid
3	P3	0,603	0,195	Valid
4	P4	0,661	0,195	Valid
5	P5	0,664	0,195	Valid
6	P6	0,727	0,195	Valid
7	P7	0,521	0,195	Valid
8	P8	0,716	0,195	Valid
9	P9	0,549	0,195	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung > r tabel = 0,195.

Tabel 3. Uji validitas kepuasan cod (kinerja)

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,601	0,195	Valid
2	P2	0,772	0,195	Valid
3	P3	0,586	0,195	Valid
4	P4	0,639	0,195	Valid
5	P5	0,696	0,195	Valid
6	P6	0,706	0,195	Valid
7	P7	0,721	0,195	Valid
8	P8	0,698	0,195	Valid
9	P9	0,652	0,195	Valid
10	P10	0,607	0,195	Valid

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung > r tabel = 0,195.

Tabel 4. Uji validitas kepuasan cod (harapan).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,643	0,195	Valid
2	P2	0,786	0,195	Valid
3	P3	0,711	0,195	Valid
4	P4	0,659	0,195	Valid
5	P5	0,790	0,195	Valid
6	P6	0,682	0,195	Valid

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
7	P7	0,778	0,195	Valid
8	P8	0,745	0,195	Valid
9	P9	0,702	0,195	Valid
10	P10	0,637	0,195	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung $>$ r tabel = 0,195.

Tabel 5. Uji Validitas Paylater (kinerja).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,426	0,220	Valid
2	P2	0,657	0,220	Valid
3	P3	0,622	0,220	Valid
4	P4	0,725	0,220	Valid
5	P5	0,779	0,220	Valid
6	P6	0,698	0,220	Valid
7	P7	0,597	0,220	Valid
8	P8	0,679	0,220	Valid
9	P9	0,805	0,220	Valid

Tabel 5 menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung $>$ r tabel = 0,220.

Tabel 6. Uji validitas paylater (harapan)

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,352	0,220	Valid
2	P2	0,603	0,220	Valid
3	P3	0,702	0,220	Valid
4	P4	0,737	0,220	Valid
5	P5	0,758	0,220	Valid
6	P6	0,710	0,220	Valid
7	P7	0,617	0,220	Valid
8	P8	0,707	0,220	Valid
9	P9	0,712	0,220	Valid

Tabel 6 membuktikan bahwa setiap indikator dianggap valid karena nilai r hitung $>$ r tabel = 0,220.

Tabel 7. Uji validitas kepuasan paylater (kinerja).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,250	0,220	Valid
2	P2	0,704	0,220	Valid
3	P3	0,697	0,220	Valid
4	P4	0,719	0,220	Valid
5	P5	0,689	0,220	Valid
6	P6	0,805	0,220	Valid
7	P7	0,643	0,220	Valid
8	P8	0,740	0,220	Valid
9	P9	0,740	0,220	Valid
10	P10	0,780	0,220	Valid

Tabel 7 dianggap valid karena nilai r hitung $>$ r tabel = 0,220.

Tabel 8. Uji validitas kepuasan paylater (harapan).

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	P1	0,235	0,220	Valid
2	P2	0,785	0,220	Valid
3	P3	0,711	0,220	Valid
4	P4	0,689	0,220	Valid
5	P5	0,699	0,220	Valid

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
6	P6	0,807	0,220	Valid
7	P7	0,771	0,220	Valid
8	P8	0,744	0,220	Valid
9	P9	0,752	0,220	Valid
10	P10	0,824	0,220	Valid

Tabel 8 dianggap valid karena nilai r hitung $>$ r tabel = 0,220.

4.7. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan metode *Alfa Cronbach* (α), di mana nilai koefisien keandalan berkisar antara 0 hingga 1. Pengujian reabilitas dianggap reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Pengujian reliabilitas data ini diperoleh dengan metode *Cronbach's Alpha*.

Tabel 9. Nilai Uji Reabilitas

Keterangan		Cronbach's alpha N of items	Cronbach's alpha N of items
COD	Kinerja	0,749	9
	Harapan	0,815	
Kepuasan COD	Kinerja	0,860	10
	Harapan	0,893	
Paylater	Kinerja	0,844	9
	Harapan	0,836	
Kepuasan Paylater	Kinerja	0,869	10
	Harapan	0,887	

Pengujian reabilitas pada tabel 9 dianggap reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Pengujian reliabilitas data ini diperoleh dengan metode *Cronbach's Alpha*.

4.8. Analisis Servqual Pengaruh Perilaku Cod Dan Paylater

Nilai gap per item pertanyaan dihitung dari selisih antara nilai kinerja dan nilai harapan, yang memberikan wawasan tentang kualitas layanan pada metode pembayaran COD dan paylater. Rincian perhitungan nilai gap per item pernyataan dapat ditemukan dalam tabel berikut:

1. Cash On Delivery

Hasil jawaban setiap responden dari masing-masing pertanyaan metode pembayaran COD.

Tabel 10. Nilai GAP Servqual COD

No	Pertanyaan	Kinerja Pelayanan		Harapan Pelayanan		Nilai GAP
		Pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
1	P1	399	3.63	439	3.99	-0.36
2	P2	424	3.85	445	4.05	-0.19

No	Pertanyaan	Kinerja Pelayanan		Harapan Pelayanan		Nilai GAP
		Pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
3	P3	361	3.28	408	3.71	-0.43
4	P4	411	3.74	431	3.92	-0.18
5	P5	409	3.72	861	3.96	-0.25
6	P6	391	3.55	425	3.86	-0.31
7	P7	353	3.21	367	3.34	-0.13
8	P8	409	3.72	433	3.94	-0.22
9	P9	373	3.39	391	3.55	-0.16
Jumlah		353	32.1	420	34.4	-2.23

Dari tabel 10, disimpulkan bahwa kinerja dan harapan pelayanan pada metode pembayaran COD dengan indikator P1, P2, P3, P4, P5, P6, P8, P9 secara keseluruhan memiliki nilai gap negatif, menunjukkan bahwa kinerja tersebut belum memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Paylater

Hasil jawaban setiap responden dari masing-masing pertanyaan metode pembayaran paylater.

Tabel 11. Nilai GAP Servqual Paylater

No	Pertanyaan	Kinerja Pelayanan		Harapan Pelayanan		Nilai GAP
		Pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
1	P1	367	4.59	360	4.50	0.09
2	P2	322	4.03	329	4.11	-0.09
3	P3	326	4.08	317	3.96	0.11
4	P4	315	3.94	321	4.01	-0.08
5	P5	308	3.85	308	3.85	0.00
6	P6	314	3.93	311	3.89	0.04
7	P7	314	3.93	303	3.79	0.14
8	P8	299	3.74	296	3.70	0.04
9	P9	303	3.79	295	3.69	0.10
Jumlah		287	35.9	285	35.6	0.35

Dari tabel 11, kesimpulan dapat diambil bahwa kinerja dan harapan pelayanan pada metode pembayaran paylater dengan indikator P1, P3, P5, P6, P7, P8, P9 secara keseluruhan memiliki nilai positif, menandakan bahwa kinerja sudah memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, pada indikator P2 dan P4 dengan nilai gap negatif, kesimpulannya adalah tingkat kinerja belum memenuhi kebutuhan konsumen.

4.9. Analisis Servqual Kepuasan Cod Dan Paylater

1. Kepuasan Cash On Delivery

Tabel 12. Nilai GAP Servqual Kepuasan COD

No	Pertanyaan	Kinerja Pelayanan		Harapan Pelayanan		Nilai GAP
		Pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
1	P1	10	3.61	434	3.95	-0.34
2	P2	396	3.60	436	3.96	-0.36
3	P3	382	3.47	418	3.80	-0.33
4	P4	407	3.70	441	4.01	-0.31
5	P5	408	3.71	438	3.98	-0.27
6	P6	413	3.75	454	4.13	-0.37
7	P7	403	3.66	434	3.95	-0.28
8	P8	417	3.79	451	4.10	-0.31
9	P9	391	3.55	436	3.96	-0.41
10	P10	425	3.86	459	4.17	-0.31
Jumlah		404	36.8	441	40.1	-3.29

Hasil dari perhitungan nilai pada tabel 12 mengindikasikan bahwa kinerja dan harapan pelayanan dalam kepuasan metode pembayaran COD dengan indikator P1-P10 secara keseluruhan memiliki nilai negatif, menunjukkan bahwa tingkat kinerjanya belum memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Kepuasan Paylater

Tabel 13. Nilai GAP servqual kepuasan paylater

No	Pertanyaan	Kinerja Pelayanan		Harapan Pelayanan		Nilai GAP
		Pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
1	P1	357	4.46	359	4.49	-0.02
2	P2	316	3.95	316	3.95	0.00
3	P3	307	3.76	308	3.85	-0.09
4	P4	301	3.76	293	3.66	0.10
5	P5	300	3.75	310	3.88	-0.13
6	P6	304	3.80	312	3.90	-0.10
7	P7	310	3.88	306	3.83	0.05
8	P8	303	3.79	314	3.93	-0.14
9	P9	306	3.83	304	3.80	0.03
10	P10	301	3.76	298	3.73	0.04
Jumlah		311	38.8	3120	39.00	-0.26

Dari hasil tabel 13, disimpulkan bahwa kinerja dan harapan pelayanan pada kepuasan metode pembayaran paylater dengan indikator P2, P4, P7, P9, P10 memiliki nilai positif, menunjukkan ketiadaan kesenjangan. Namun, pada indikator P1, P3, P5, P6,

P8, nilai negatif menandakan kinerja yang belum memenuhi kebutuhan konsumen.

4.10. Perbandingan Perilaku Cod Dan Paylater

Hasil positif dengan nilai (>0) menunjukkan bahwa metode pembayaran tersebut melebihi tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu, nilai indikator yang sesuai ($=0$) mengindikasikan bahwa perilaku pembelian pelanggan telah sesuai dengan harapan, dan kepuasan tercapai :

1. Cash On Delivery

Dari hasil perhitungan nilai gap terdapat 9 atribut indikator dengan hasil semua nilai gap negatif (P1), (P2), (P3), (P4), (P5), (P6), (P7), (P8), (P9) dengan total nilai (gap) (-2,23).

2. Paylater

Pada perhitungan kesenjangan (gap) terdapat 7 atribut indikator dengan hasil nilai gap positif (P1), (P3), (P5), (P6), (P7), (P8) (P9) nilai gap positif menunjukkan bahwa kinerja dari indikator tersebut sesuai dengan harapan konsumen dan 2 atribut dengan indikator yang menunjukkan bahwa kinerja dari indikator tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen (P2) dan (P4).

4.11. Perbandingan Kepuasan Cod Dan Paylater

Perbandingan kepuasan pada Customer COD dan paylater sebagai berikut:

1. Cash On Delivery

Dari hasil perhitungan pada GAP SERVQUAL :

- 1) *Reability*, dengan skor gap ($P1+P2 = -0,07$)
- 2) *Assurance*, dengan skor gap ($P3+P4 = -0,64$)
- 3) *Tanggible*, dengan skor gap ($P5+P6 = -0,64$)
- 4) *Empathy*, dengan skor gap ($P7+P8 = -0,59$)
- 5) *Responsiveness*, dengan skor gap ($P9+P10 = -0,72$)

Hasil nilai tersebut menyimpulkan bahwa semua indikator mendapatkan nilai gap negatif bahwa kinerja belum memenuhi harapan konsumen.

2. Paylater

Dari hasil perhitungan pada GAP SERVQUAL :

- 1) *Reability*, dengan skor gap ($P1+P2 = -0,02$)
- 2) *Assurance*, dengan skor gap ($P3+P4 = 0,01$)
- 3) *Tanggible*, dengan skor gap ($P5+P6 = -0,23$)
- 4) *Empathy*, dengan skor gap ($P7+P8 = -0,09$)
- 5) *Responsiveness*, dengan skor gap ($P9+P10 = 0,7$)

Secara keseluruhan, analisis menggunakan perhitungan SERVQUAL terhadap kesenjangan kepuasan paylater menunjukkan bahwa dimensi 1,3 dan 4 memiliki nilai gap negatif, menandakan kinerja dan harapannya belum memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain, dimensi 2 dan 5 memiliki gap positif, menunjukkan kinerja dimensi tersebut melebihi harapan konsumen..

4.12. Penelitian Hasil GAP Pada Perilaku

Nilai indikator negatif (<0) menandakan kesenjangan antara kinerja dan harapan, sedangkan nilai indikator positif (>0) menunjukkan kepuasan

yang melebihi harapan dalam metode pembayaran. Nilai indikator sesuai ($=0$) menunjukkan perilaku pembelian sesuai dengan kinerja dan harapan.

1. Hasil perhitungan SERVQUAL metode COD menunjukkan -2,23. Ini mengindikasikan bahwa kinerja metode pembayaran COD belum memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Hasil perhitungan SERVQUAL metode paylater menunjukkan 0,35, dapat disimpulkan bahwa kinerja metode pembayaran paylater telah memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada penelitian ini metode COD memiliki kesenjangan besar antara kinerja dan harapan, menunjukkan bahwa kinerjanya belum memenuhi kebutuhan konsumen. Sebaliknya, metode pembayaran paylater tidak memiliki kesenjangan, menandakan bahwa kinerjanya telah memenuhi kebutuhan konsumen.

4.13. Penelitian Hasil Kepuasan

Setelah dilakukan pengolahan data, maka dapat ditentukan nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi, Berdasarkan analisis gap servqual kepuasan masih kurang terlihat dari :

1. Pada kepuasan COD ada yang perlu di perbarui pada pelayanan nya :
 - a. *reability*, indikator 1 dan 2, gap (-0,07).
 - b. *assurance*, indikator 3 dan 4, gap (-0,64).
 - c. *tangible*, indikator 5 dan 6, gap (-0,64).
 - d. *empathy*, indikator 7 dan 8, gap (-0,59).
 - e. *responsiveness*, indikator 9 dan 10, gap (-0,72).

Jadi, dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua dimensi pada kepuasan COD mendapatkan nilai gap negatif, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanannya belum memenuhi kepuasan konsumen.

2. Pada kepuasan paylater ada yang perlu di perbarui pada pelayanan nya :
 - a. *Reability*, indikator 1 dan 2, gap (-0,02).
 - b. *Assurance*, indikator 3 dan 4, gap (0,01).
 - c. *Tangible*, indikator 5 dan 6, gap (-0,23).
 - d. *Empathy*, indikator 7 dan 8, gap (-0,09).
 - e. *Responsiveness*, indikator 9 dan 10, gap (0,07).

Dalam penelitian ini, dimensi *reability*, *tangible*, dan *empathy* memiliki gap negatif, menunjukkan kualitas pelayanannya belum memenuhi kepuasan konsumen. Namun, dimensi *assurance* dan *responsiveness* memiliki gap positif, menunjukkan kualitas pelayanannya sudah memenuhi kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelanggan lebih puas dengan metode pembayaran paylater dibandingkan COD karena pada metode pembayaran COD kinerjanya belum memenuhi

harapan konsumen. Untuk kepuasan COD dan paylater kualitas pelayanannya belum memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa metode pembayaran dapat memengaruhi preferensi pembayaran dan keputusan pembelian pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel dan melakukan analisis lebih lanjut. Disarankan juga agar Shopee terus meningkatkan kualitas layanan pembayaran untuk mendapatkan lebih banyak peminat dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Danuri, M., 2019. Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- [2] Situngkir, R., 2018. Penggunaan E-Money Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(1), pp.52-59.
- [3] Shafa, P.M. and Hariyanto, J., 2020. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee
- [4] Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M. and Munawaroh, M., 2019. Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal al-qardh*, 4(1), pp.60-75.
- [5] De Arruda, D.G., 2021. *The Effects of Broken-Down Focus of Attention Instructions on Volleyball Setting Performance of Skilled and Novice Players*. University of Wyoming.
- [6] Kurniawati, A. and Ariyani, N., 2022. Strategi promosi penjualan pada marketplace shopee. *Propaganda*, 2(1), pp.65-79.
- [7] Junedi, J., Ken, R.W., Yahya, A. and Anastasya, D., 2022. The Influence of Perceived Trust, Service Quality and Perceived Risk: SME's Interest in Using E-Commerce. *Journal of Social Science*, 3(4), pp.875-881.
- [8] Fadul, F.M., 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. *KUALITATIF DAN R&D*.
- [9] Anjayati, S., 2021. Review Artikel: Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Menggunakan Metode Servqual. *Nursing Care and Health Technology Journal (NCHAT)*, 1(1), pp.31-38.
- [10] Firliana, R., Kasih, P. and Sulastrri, H.S., 2016. Sistem Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL). *Semnasteknomedia Online*, 4(1), pp.1-4.