

**Pengaruh Metode Pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD)  
Terhadap Keputusan Pembelian di *Shopee*  
(Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan  
2018-2022)**

**Listia Duanty Rusdiana<sup>1</sup>, Rafiqi<sup>2</sup>, Ridhwan<sup>3</sup>**  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Jambi

Correspondence		
Email: <a href="mailto:Rusdianalistiaduanty@gmail.com">Rusdianalistiaduanty@gmail.com</a>	No. Telp: 0821-7833-2338	
Submitted: 8 Oktober 2023	Accepted: 17 Oktober 2023	Published: 18 Oktober 2023

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran *PayLater* dan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian di *Shopee*. Dalam penelitian ini peneliti mengaitkan faktor keputusan pembelian dengan faktor metode pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD). Metode penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan berupa data Primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dan diolah menggunakan SPSS 25, yang mana data tersebut selanjutnya akan dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Metode pembayaran *PayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) Metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) Metode pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Metode Pembayaran PayLater, Metode Pembayaran Cash On Delivery, dan keputusan pembelian.*

#### PENDAHULUAN

Penggunaan internet dan telepon seluler tidak hanya sekedar untuk mencari berbagai informasi dan ngobrol, masyarakat saat ini menjadikan internet terutama e-commerce sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Sebagian masyarakat kelas menengah selalu berperilaku konsumtif hal tersebut menjadi alasan kenapa e-commerce di Indonesia diyakini mempunyai potensi besar (Rachmarwi, 2018).

Berdasarkan survey dari katadata.co.id (2019), tren pengguna e-commerce di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Statista mencatat jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun 2018. Tahun 2019 diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna. Tahun 2020 di proyeksikan mencapai 182 juta pengguna Tahun 2021 diproyeksikan mencapai 194 juta pengguna. Tahun 2022 diproyeksikan mencapai 204 juta pengguna dan 212,2 juta pada tahun 2023. Hal yang sama juga terjadi pada tingkat penetrasi e-commerce yang selalu mengalami peningkatan. Hingga 2023 diproyeksikan mencapai 75,3% dari total populasi pasar yang dipilih.

Salah satu marketplace yang cukup populer di Indonesia adalah *shopee.co.id*. Situs *Shopee* dilengkapi dengan aplikasi yang mempunyai fitur live chat, social sharing, dan hashtag. Melalui fitur tersebut akan memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, serta memudahkan dalam mencari produk yang diinginkan konsumen (Faradiba, 2021).

Di shopee terdapat 26 kategori barang, mulai dari pakaian, smartphone, tas, aksesoris, make-up, peralatan bayi, peralatan olahraga, peralatan rumah, makanan, minuman, kendaraan, pulsa, ataupun tiket travel, juga tersedia. Selain itu di shopee juga menawarkan metode pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit, transfer bank, shopeepay, bayar di tempat atau *Cash On deliveri* (COD), pembayaran melalui Alfamart atau indomaret, dan sekarang shopee memiliki metode pembayaran terbaru yaitu *SPayLater* dengan adanya metode pembayaran yang terbaru ini konsumen yang awalnya tidak tertarik berbelanja menjadi cenderung ingin berbelanja (Apriliya, 2021).

Fitur *PayLater* yang terdapat pada aplikasi Shopee bernama *SPayLater* dan diluncurkan pada awal tahun Januari 2019 sebagai salah satu jenis metode pembayaran terbaru. *SPayLater* ini memungkinkan pengguna Shopee dapat membeli sebuah produk yang pembayarannya dapat dilakukan melalui cicilan sesuai dengan periode pembayaran yang dipilih.

Menurut hasil survey *DailySocial* (2022) konsumen paling banyak menggunakan layanan Shopee *Paylater* sepanjang 2021 persentasenya mencapai 78,4%. Kemudian, *GopayLater* berada di urutan kedua sebagai fitur bayar nanti paling banyak diminati masyarakat sebanyak 33,8%, responden mengaku menggunakan fitur *paylater* di layanan milik Gojek ini. Berikutnya, sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur *paylater* di Kredivo.

Selanjutnya, ada 20,4% responden yang menggunakan fitur *paylater* di layanan Akulaku. Ada pula 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka *PayLater*. Lalu, sebanyak masing-masing 3,3% dan 2,8% konsumen menggunakan fitur *paylater* di Indodana dan Home Credit. Sisanya, 0,4% konsumen yang menggunakan fitur *paylater* di layanan lainnya

Dikutip dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), selain *PayLater* yang paling banyak digunakan pada pembayaran *Shopee*, menurut survei Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, melaporkan bahwa sebanyak 78,72% *E-commerce* di hampir seluruh usaha menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dimana dalam metode ini para pembeli melakukan pembayaran secara tunai kepada kurir terhadap pesannya pada saat pesannya tiba di tujuan (Jayani, 2021).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) lebih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia meskipun terdapat 43,2% angka masyarakatnya yang tidak pernah melakukan pembelian melalui toko *Online*. Besarnya pengguna *Cash On Delivery* adalah 27,5%, menurut survei pada tahun 2019-2020.

Keunggulan dari sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dalam marketplace adalah konsumen yang tidak memiliki akses terhadap bank tetap dapat membeli barang dari pelaku usaha yang berada di luar kota atau jangkauannya, dan konsumen dapat merasa aman dan terhindar dari penipuan karena barang yang dibeli akan sampai di tangannya terlebih dahulu sebelum ia melakukan pembayaran, sedangkan kekurangannya adalah apabila konsumen yang menggunakan sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) membuka pesannya terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran kepada kurir dan ketika pesannya tidak sesuai ekspektasi, maka dapat terjadi peristiwa dimana konsumen menolak untuk melakukan pembayaran kepada kurir.

Dengan kemudahan dalam proses transaksi dan pembayaran *Paylater* maupun *Cash On Delivery* (COD) dapat mendorong konsumen berperilaku konsumtif dan bersikap boros sebagai ukuran kesenangan. Hal ini didukung dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, iklan-iklan yang semakin persuasif, dan teknik pemasaran yang mampu

mendorong konsumen untuk memutuskan membeli suatu barang. Namun, ada kalanya barang-barang yang dimaksudkan sebenarnya bukan kebutuhan primer melainkan hanya keinginan semata.

Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% Travelling (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% Shopping (belanja bermerk).

Fenomena yang terjadi ini terkait kebutuhan dan keinginan mahasiswa sudah semakin meningkat. Dikarenakan gaya hidup yang lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan. Hal ini terjadi karena di era digital sudah banyak trend pakaian dan penunjang gaya lainnya sudah diupdate setiap harinya. Sehingga mendorong mahasiswa untuk selalu mengikuti trend tersebut. Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa mengalami krisis keuangan diakhir bulan. Dengan adanya fitur *paylater* dan *Cash On Delivery* ini tentu sangat membantu dan mempermudah mahasiswa dalam menangani krisis keuangan untuk memenuhi keinginannya dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang digunakan (Apriliya, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut objek yang dipilih oleh peneliti yaitu mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022 Universitas Jambi, karena Mahasiswa adalah kaum intelektual yang dapat memahami dan sadar akan kemajuan teknologi sehingga memiliki peran akan pertumbuhan dan perubahan dalam menggunakan teknologi, dimana mahasiswa ekonomi islam menggunakan *marketplace* sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari, tidak semata untuk pemenuhan gaya hidup konsumtif/*hedonisme*, tetapi juga menerapkan nilai keislaman dalam memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai, “PENGARUH METODE PEMBAYARAN *PAYLATER* DAN *CASH ON DELIVERY* (COD) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *SHOPEE* (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022)”

## RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Metode Pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD) di *Marketplace Shopee*?
2. Apakah Metode Pembayaran *PayLater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa di *Marketplace Shopee*?
3. Apakah Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Marketplace Shopee*?
4. Apakah Metode Pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan?

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Shopee*

Menurut Shafa dan Hariyanto (2022), *Shopee* adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online* dan dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer.

Dalam jual beli online ada beberapa cara metode pembayaran yang ada di *Shopee* (Shafa dan Hariyanto, 2020) yaitu : (1) Transfer Bank, (2) *ShopeePay* (3) Kartu Kredit atau Kartu Debit, (4) Pembayaran melalui Indomaret atau Alfamart dengan cara menunjukkan kode pembayaran yang telah diberikan, (5) *Cash On Delivery* (COD). (6) *Spaylater*.

### **PayLater**

PayLater adalah metode pembayaran seperti kartu kredit di mana perusahaan aplikasi menalangi dulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelahnya pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi. Untuk bisa menggunakan layanan ini pengguna akan diminta memberikan data pribadi, foto diri dan foto KTP (Farras, 2019).

Ada beberapa indikator penggunaan pembayaran *Shopee Paylater* menurut Febriani (2023), yaitu : (a) Efisien, (b) Aman, (c) Perlindungan konsumen, (d) Kesetaraan akses.

### **Cash On Delivery (COD)**

Pada metode pembayaran *Cash On Delivery*, pembayaran transaksi jual beli pada marketplace dilakukan dengan sistem bayar di tempat, yang berarti pembayaran dilakukan cash/tunai secara langsung saat kurir atau jasa titip barang telah sampai di alamat tujuan pembeli (Pulungan, 2022).

Menurut Halaweh (2017), E-commerce atau online shop dikatakan dapat dipercaya jika menyediakan layanan *Cash On Delivery* bagi pelanggannya . Indikator Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) adalah : (1) Keamanan, (2) Privasi, dan (3) Kepercayaan.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Buchari Alma (2013, hal. 96) “keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga suatu sikap pada konsumen untuk menglah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. keputusan pembelian merupakan suatu proses dan aktivitas akhir ketika seseorang berhubungan dengan pencarian dan pemilihan produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan (Sahara dan Prakoso, 2020).

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode kuantitatif merupakan metode yang dipakai dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang terdapat pada penelitian ini yang dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang mana peneliti mengajukan pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya, kemudian kuesioner tersebut akan dijawab oleh responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Google form sebagai media sarana pengisian angket penelitian dan menyebarkannya melalui media sosial kepada responden yang dituju. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas/independent (Metode pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery*) dan variabel terikat/dependent (Keputusan pembelian). Uji instrumen penelitian yang dipakai yaitu Uji validitas data, uji reabilitas data, uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji statistik f dan t), uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika dianalisis secara mendalam praktek pembiayaan menggunakan *PayLater* pada aplikasi Shopee merupakan bentuk dari gabungan akad (multi akad) antara jual beli (*ba'i*) dan (utang piutang) *Qardh*. Akad tersebut terhimpun dalam satu akad. Adanya perhimpunan dua akad tersebut menyebabkan perbedaan harga ketika dibayar tunai dan pembayaran secara kredit (harga ditangguhkan). Islam menerangkan bahwa bisnis online dianggap sah apabila tidak adanya unsur riba, kezaliman, monopoli, dan penipuan (Azzam, 2010).

Sistem jual beli dengan aplikasi *Shopee* layaknya jual beli *istisna'*, yaitu jual beli dimana terdapat perbedaan antara pembayaran dan penyerahan barang tidak dilakukan secara bersamaan, melainkan pembayaran bisa dilakukan di muka, cicil, maupun ditangguhkan

Dalam Al-Qur'an sudah jelas ditegaskan bahwasannya Allah mengharamkan riba yang terdapat di QS. Al-Baqarah (2) : 275.

Artinya: "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS. Al-Baqarah ayat 275).

Begitupun dengan pembayaran *Cash On Delivery* (COD), Akad yang di gunakan dalam Jual Beli dengan sistem *Cash On Delivery* adalah Aqad *Istishna'*, adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dan pihak penjual. Jadi secara sederhana, *istishna'* boleh disebut sebagai akad yang terjalin antara pemesan sebagai pihak 1 dengan seorang produsen suatu barang atau yang serupa sebagai pihak ke-2, agar pihak ke-2 membuatkan suatu barang sesuai yang diinginkan oleh pihak 1 dengan harga yang disepakati antara keduanya

## HASIL PENGUJIAN KUALITAS DATA PENELITIAN

### Uji Validitas

#### a) Variabel Metode Pembayaran *PayLater* (X1)

**Hasil Uji Validitas Variabel *PayLater***

Butir pernyataan	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,898	0,2159	Valid
X1.2	0,884	0,2159	Valid
X1.3	0,879	0,2159	Valid
X1.4	0,542	0,2159	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Uji validitas Metode Pembayaran *PayLter* berdasarkan hasil temuan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel ini memiliki syarat valid sebanyak 4 item pernyataan dengan nilai r hitung > r tabel (0,2159). Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dapat mewakili variabel yang diukur dengan kuesioner penelitian dengan skor 5.

#### b) Variabel Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) (X2)

**Tabel 5.2**

**Hasil Uji Validitas Variabel *Cash On Delivery* (COD)**

Butir Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,895	0,2159	Valid
X2.2	0,898	0,2159	Valid

X2.3	0,791	0,2159	Valid
X2.4	0,840	0,2159	Valid
X2.5	0,794	0,2159	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS

Variabel Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) untuk 5 pernyataan dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sesuai dengan uji validitas Tabel di atas (0,2159). Hal ini menunjukkan bahwa 5 item pernyataan tersebut dapat menunjukkan suatu pengukuran dalam kuesioner penelitian ini.

c) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 5.3**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

Butir Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Y1	0,751	0,2159	Valid
Y2	0,749	0,2159	Valid
Y3	0,787	0,2159	Valid
Y4	0,799	0,2159	Valid
Y5	0,776	0,2159	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian memiliki syarat sebanyak 5 pernyataan dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sesuai dengan hasil uji validitas (0,2159). Hal ini menunjukkan bahwa kelima item pernyataan tersebut menunjukkan suatu pengukuran dalam kuesioner penelitian ini.

**Uji Reabilitas**

**Tabel 5.4**  
**Hasil Uji Reabilitas**

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Metode Pembayaran <i>PayLater</i> (X2)	0,802	4
2	Metode Pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD) (X2)	0,893	5
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,830	5

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* variabel Metode Pembayaran *PayLater* sebesar 0,802. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) sebesar 0,893. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,830. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,60.

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.255	2.002		4.124	.000
	PayLater	.162	.096	.165	1.690	.095
	Cash On Delivery (COD)	.399	.086	.452	4.627	.000

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh yang terdapat pada tabel di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi linear berganda, yakni sebagai berikut:

$$Y = 8.255 + 0,162X_1 + 0,399X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 8,255  
Artinya, jika nilai variabel metode pembayaran *PayLater* ( $X_1$ ), dan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) ( $X_2$ ) dianggap konstan (tetap) sama dengan 0 (nol), maka nilai variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 8.255.
2. Metode Pembayaran *PayLater* ( $X_1$ ) = 0,162  
Nilai koefisien variabel metode pembayaran *PayLater* sebesar 0,162.  
Artinya, apabila variabel metode pembayaran *PayLater* ( $X_1$ ) meningkat satu poin, dan variabel metode pembayara *Cash On Delivery* (COD) ( $X_2$ ) dianggap tetap, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,162.
3. Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) ( $X_2$ ) = 0,399  
Nilai koefisien variabel metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) sebesar 0,399.  
Artinya, apabila variabel metode metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) ( $X_2$ ) meningkat sebesar satu poin dan variabel metode pembayaran *PayLater* ( $X_1$ ) dianggap tetap, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,399.

**HASIL HIPOTESIS****Uji Signifikansi Simultan (Uji f)****Hasil Uji F****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.695	2	137.348	13.512	.000 <sup>b</sup>
	Residual	813.184	80	10.165		
	Total	1087.880	82			

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai f hitung yaitu 13,512 > f tabel yaitu 3,11 dengan nilai sig 0,000 < nilai probabilitas f ( $\alpha = 0,05$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan dari hasil uji ini yaitu metode pembayaran *PayLater* ( $X_1$ ) dan metode pembayaran *Cash On*

*Delivery* (COD) (X2) bersama-sama memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

### Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

#### Hasil Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.255	2.002		4.124	.000
	Metode pembayaran Paylater	.162	.096	.165	1.690	.095
	Metode pembayaran CashOn Delivery	.399	.086	.452	4.627	.000

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Dari tabel output di atas dapat dijelaskan bahwa:

- Diketahui  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 83-2-1 = 80) = t(0,025; 80)$ . Sehingga diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,990. Dan menggunakan tingkat kepercayaan = 95% (0,05).
- Dasar pengambilan keputusan uji t adalah apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Pada tabel 5.7 menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

- Pada variabel metode pembayaran *PayLater* (X1), nilai t hitung sebesar 1,690 dan nilai sig = 0,095. Dan telah diketahui  $t_{tabel} = 1,990$ . Maka  $0,095 > 0,05$  dan  $1,690 < 1,990$ . Sehingga,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel Metode pembayaran *PayLater* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Pada variabel metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) (X2), nilai t hitung sebesar 4,267 dan nilai sig = 0,000. Dan telah diketahui  $t_{tabel} = 1,990$ . Maka,  $0,000 < 0,05$  dan  $4,267 > 1,990$ . Sehingga,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya variabel metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.502 <sup>a</sup>	.253	.234	3.18823

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

- Predictors: (Constant), Metode pembayaran Cash On Delivery, Metode pembayaran Paylater

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 5.8 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi R Square adalah 0,253 yang berarti 25%, dan *Adjusted R Square* yang disesuaikan (lebih dari satu variabel) adalah 0,234 yang berarti 23%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel metode pembayaran *PayLater* dan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dapat menjelaskan keputusan pembelian dengan total gabungan 48%. Sedangkan selisih 52% keputusan pembelian disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

1. Pada praktek pembiayaan *PayLater* terdapat multi akad yang terhimpun dalam satu akad. Bentuk dari gabungan akad (multi akad) tersebut adalah jual beli (*ba'i*) dan utang piutang (*qardh*). berdasarkan Fatwa DSN-MUI No:116/DSNMUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah terutama pada syarat dan ketentuan pada akad Qardh tidak diterapkan pada *Shopee PayLater* sehingga praktik pelaksanaannya bertentangan dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan *Shopee PayLater* mengandung riba dalam pelunasan utangnya. Sedangkan, jual beli menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) di *e-commerce Shopee* boleh dan halal selagi terpenuhinya rukun dan syarat jual beli dan adanya hak *Khiyar* serta tidak ada yang menyalahi syariat sehingga jual beli seperti ini termasuk jual beli yang *masyru'* (di syariatkan)
2. Pada penelitian ini diperoleh bahwa Metode Pembayaran *PayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Shopee* oleh mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022.
3. Pada penelitian ini diperoleh bahwa Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Shopee* oleh mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022.
4. Variabel Metode Pembayaran *PayLater* dan *Cash On Delivery* (COD) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di *Shopee* oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2018-2022.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliya, D. (2021). *Pengaruh Faktor Keamanan dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsment, Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian dalam E-commerce (Studi Pada Karyawan PT. Mandom Indonesia Tbk)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Apriliya, D. (2021). *Pengaruh Faktor Keamanan dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsment, Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian dalam E-commerce (Studi Pada Karyawan PT. Mandom Indonesia Tbk)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Faradiba, B. (2021). Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 21–28.
- Farras, B. (2019). Gojek Hingga Traveloka, Ini Platform yang Sediakan Pay Later. Diambil 5 Agustus 2023, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190510180848-37-71799/gojek-hingga-traveloka-ini-platform-yang-sediakan-pay-later>.
- Pulungan, J. (2022). *Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) pada E-commerce terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelurahan Kampung Baru, Dumai dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif

Kasim Riau.

- Rachmarwi, W. (2018). *E-commerce: Studi tentang Belanja Online di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.194>
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Shopee di Bekasi)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.