

PARADOKS METODE PEMBAYARAN SHOPEE: STUDI FENOMENA KONSUMEN COD YANG MEMBAYAR MELALUI TRANSFER

Ratna Dyah Prabawati^{1*}, Aszifa Salsabilla Arinda², Versiandika Yudha Pratama³

^{1,2,3}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

E-mail: ratna.dyah.prabawati24064@mhs.uingusdur.ac.id^{1*},

aszifa.salsabilla.arinda24076@mhs.uingusdur.ac.id², versiandikayudhapratama@uingusdur.ac.id³

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel

Received: 12/12/2025

Revised: 03/03/2026

Accepted: 12/03/2026

Keywords: Cash on Delivery; Transfer; Shopee; Purchase Decision; Payment Methods.

Kata Kunci: Cash on Delivery; Transfer; Shopee; Keputusan Pembelian; Metode Pembayaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the phenomenon of consumers who choose the Cash on Delivery (COD) payment method but make payments via transfer to the courier, a behavior that is inconsistent with the concept of COD and indicates a paradox in consumer decision-making. The study uses a descriptive qualitative approach with in-depth interview techniques with Shopee users who have practiced this method. The results show that the shift from cash to transfer payments is influenced by situational factors, perceptions of convenience, digital transaction habits, and the level of trust in couriers. Consumers choose COD to reduce the risk of fraud, but the practice of transfer payments has emerged because it is considered more practical, does not require cash, and is in line with m-banking habits. These findings indicate that perceived convenience is more dominant than perceived risk, thereby encouraging changes in payment behavior. This study concludes that this phenomenon reflects a shift in digital transaction culture that prioritizes flexibility and efficiency, while also highlighting the need for e-commerce payment systems to adapt to the growing trend of non-cash payment methods among consumers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena konsumen yang memilih metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) namun melakukan pembayaran melalui transfer kepada kurir, sebuah perilaku yang tidak sesuai dengan konsep COD dan menunjukkan adanya paradoks dalam pengambilan keputusan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap pengguna Shopee yang pernah melakukan praktik tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peralihan dari pembayaran tunai ke transfer dipengaruhi oleh faktor situasional, persepsi kemudahan, kebiasaan bertransaksi digital, dan tingkat kepercayaan terhadap kurir.

Konsumen memilih COD untuk mengurangi risiko penipuan, namun praktik transfer muncul karena dianggap lebih praktis, tidak membutuhkan uang tunai, dan sesuai dengan kebiasaan penggunaan *m-banking*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan lebih dominan dibandingkan risiko yang dipersepsikan, sehingga mendorong modifikasi perilaku pembayaran. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena tersebut mencerminkan perubahan budaya transaksi digital yang mengutamakan fleksibilitas dan efisiensi, sekaligus menunjukkan perlunya adaptasi sistem pembayaran *e-commerce* terhadap kecenderungan masyarakat yang semakin terbiasa dengan metode non-tunai.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia secara signifikan. Aktivitas jual beli kini tidak lagi terbatas pada toko fisik, melainkan telah berpindah ke platform *e-commerce* yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta berbagai pilihan produk. Maraknya penggunaan internet dan meningkatnya literasi digital mendorong pertumbuhan transaksi *online* dari tahun ke tahun (Nia, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor utama yang mendorong transformasi perilaku belanja konsumen di Indonesia.

Salah satu faktor yang mendukung tingginya minat masyarakat dalam berbelanja *online* adalah tersedianya berbagai metode pembayaran yang fleksibel dan mudah diakses, seperti transfer bank, dompet digital, hingga *Cash on Delivery* (COD). Meskipun berbagai metode pembayaran digital telah tersedia, sistem COD masih menjadi pilihan populer bagi sebagian besar konsumen Indonesia, terutama karena dianggap lebih aman dan praktis (Sahabuddin et al., 2023). Namun, di tengah popularitas metode COD, muncul fenomena menarik di mana konsumen memilih metode COD saat *checkout*, tetapi ketika barang diantarkan, para responden justru melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening kurir, bukan secara tunai seperti konsep COD yang seharusnya.

Fenomena ini penting untuk dikaji karena menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pilihan metode pembayaran dan perilaku aktual konsumen. Selain itu, praktik tersebut berpotensi menimbulkan risiko, baik bagi konsumen, kurir, maupun penjual, terutama terkait keamanan transaksi dan kejelasan tanggung jawab pembayaran (Anugrah, 2022). Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi metode pembayaran digital atau tradisional di *e-commerce*, hingga saat ini masih terbatas kajian yang secara khusus menyoroti perilaku konsumen yang memilih COD namun membayar melalui transfer

inilah senjangan penelitian yang menjadi dasar studi ini.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena paradoks perilaku konsumen yang memilih metode COD namun membayar menggunakan transfer ke kurir. Pembahasan akan difokuskan pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut, seperti persepsi risiko, kepercayaan, dan kebiasaan transaksi digital masyarakat Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman perilaku konsumen dalam konteks pembayaran *e-commerce* di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Bagian Teori yang menjadi landasan utama penelitian ini adalah *Consumer Decision-Making Process* (Kotler & Keller, 2016), yang menjelaskan tahapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku pascapembelian. Dalam konteks *e-commerce*, teori ini relevan untuk memahami bagaimana konsumen menentukan metode pembayaran serta perilaku aktual yang muncul dalam proses transaksi digital.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam transaksi *online* sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan kebiasaan digital. Kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital meningkatkan minat konsumen untuk bertransaksi non-tunai, karena persepsi praktis dan efisiensi menjadi pertimbangan utama (Reza & Suastrini, 2023). Tingkat kepercayaan terhadap platform *e-commerce* dan pihak ketiga seperti kurir turut menentukan keputusan pembayaran yang diambil konsumen (Resa & Andjarwati, 2019). Selain itu, kebiasaan masyarakat menggunakan dompet digital dan layanan *m-banking* menciptakan pola perilaku baru dalam aktivitas konsumsi digital (Putri et al., 2025).

Dalam fenomena yang diteliti, konsumen Shopee memilih metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD), namun melakukan pembayaran melalui transfer digital kepada kurir. Kondisi ini menimbulkan paradoks perilaku konsumen, karena terjadi ketidaksesuaian antara keputusan awal (memilih COD) dan tindakan aktual (membayar via transfer). Berdasarkan teori dan temuan terdahulu, perilaku ini dapat dijelaskan melalui interaksi beberapa faktor, yakni persepsi kemudahan, kepercayaan terhadap kurir dan platform, kebiasaan bertransaksi digital, serta faktor situasional seperti ketersediaan uang tunai atau kondisi saat pengantaran.

Dengan demikian, hipotesis kualitatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa perilaku konsumen yang memilih metode COD namun membayar melalui transfer digital merupakan hasil dari interaksi antara persepsi kemudahan, tingkat kepercayaan terhadap kurir dan platform, kebiasaan digital, serta faktor situasional saat proses transaksi berlangsung.

Kerangka penelitian berikut menggambarkan hubungan antarunsur yang membentuk fenomena ini, yaitu bagaimana teori *Consumer Decision-Making Process* digunakan untuk menjelaskan paradoks perilaku pembayaran konsumen di platform Shopee.

Paradoks Metode Pembayaran: Studi Fenomena Konsumen COD yang Membayar melalui Transfer di platform Shopee



Gambar 1. Kerangka Penelitian Paradoks

Metode Pembayaran Konsumen Shopee.

Kerangka penelitian ini berangkat dari teori *Consumer Decision-Making Process*, yang menggambarkan tahapan pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian. Dalam penelitian ini, keputusan pembayaran awal diwujudkan melalui pemilihan metode COD, tetapi perilaku aktual menunjukkan pergeseran ke arah pembayaran digital. Pergeseran ini menandakan adanya paradoks perilaku yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kepercayaan, kebiasaan digital, serta faktor situasional. Interaksi faktor-faktor tersebut mendorong perubahan perilaku dari pembayaran tunai menjadi digital, sekaligus mencerminkan transisi budaya pembayaran pada konsumen *e-commerce* di Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Bagian Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena paradoks perilaku konsumen yang memilih metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) namun melakukan pembayaran melalui transfer di platform Shopee. Pendekatan ini dipilih karena fenomena tersebut banyak ditemukan di lingkungan sekitar, khususnya di kalangan pengguna aktif Shopee, dan membutuhkan pemahaman kontekstual mengenai alasan, persepsi, serta pengalaman individu dalam mengambil keputusan tersebut.

Penelitian dilaksanakan di lingkungan sekitar peneliti yang terdiri dari pengguna Shopee di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan bahwa fenomena pembayaran COD melalui transfer cukup sering terjadi dan mudah diamati di lingkungan tersebut. Proses pengumpulan data dilakukan secara daring agar memudahkan peneliti dalam menjangkau responden yang tersebar di berbagai daerah.

Subjek penelitian adalah pengguna Shopee yang pernah bertransaksi menggunakan metode pembayaran COD dan memilih membayar pesanan tersebut melalui transfer. Responden dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan subjek secara sengaja berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini berkisar antara tujuh orang yang dinilai mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai pengalaman para responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan para responden, sedangkan data sekunder

berasal dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah, jurnal penelitian terdahulu, dan laporan mengenai perilaku konsumen digital serta metode pembayaran e-commerce di Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua cara utama, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi *online*. Wawancara digunakan untuk menggali pemahaman responden tentang alasan para responden menggunakan metode COD namun membayar lewat transfer, serta persepsi para responden terhadap keamanan dan kenyamanan transaksi tersebut. Sementara itu, observasi *online* dilakukan dengan memperhatikan perilaku dan diskusi pengguna di media sosial maupun forum e-commerce untuk memperkuat temuan penelitian.

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara dari beberapa responden yang memiliki latar belakang berbeda. Langkah ini dilakukan untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi yang diperoleh. Selain itu, dilakukan pula member check dengan mengonfirmasi hasil interpretasi data kepada responden untuk memastikan bahwa makna yang ditangkap peneliti sesuai dengan apa yang dimaksud oleh responden.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar hasil penelitian mudah dipahami, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah diperoleh dan memverifikasi kembali temuan untuk menjamin keabsahannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil wawancara dengan tujuh responden menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran COD telah dilakukan sejak beberapa bulan hingga lebih dari tiga tahun yang lalu. Mayoritas responden memilih COD karena dianggap lebih aman dan memberikan kesempatan untuk memeriksa barang sebelum membayar.

"Untuk cek barangnya dulu," (Responden 7).

"Bisa lihat barang sebelum di bayar jadi tidak rentan penipuan atau barang yang kita pesan jika

tidak sesuai bisa kita kembalikan atau tukar," (Responden 4).

Meskipun demikian, tidak ada responden yang selalu membayar COD dengan uang tunai. Seluruh responden mengaku pernah, bahkan sering, melakukan pembayaran melalui transfer digital. Alasan utama terjadinya peralihan tersebut adalah faktor situasional, terutama ketika konsumen tidak sedang berada di rumah saat barang diantar. Atau ketika waktu kedatangan kurir bertabrakan dengan aktivitas pribadi.

"Alasannya karna waktu datang paket dengan waktu kegiatan saya terkadang bentrok" (Responden 1).

"Karena terkadang saya memesan COD dan barang datang saya tdk di tempat jd bisa chat kurir utk mengirim no rekening dan di transfer" (Responden 4).

"Karena saya kadang tidak di rumah" (Responden 7).

Selain itu, ada kurir yang diketahui meminta pembayaran dilakukan melalui transfer untuk menghindari pengantaran ulang.

"Dikarenakan kurir terkadang tidak mau mengantarkan ulang jadi paket di taruh halaman rumah trs pembayaran disuruh untuk transfer" (Responden 3).

Dari sisi kenyamanan, sebagian besar responden menilai transfer lebih praktis, karena dapat dilakukan dari jarak jauh dan tidak mengharuskan para responden menyiapkan uang tunai.

"Enak transfer karena ngga ribet" (Responden 6).

Namun demikian, beberapa responden menyoroti adanya biaya admin sebagai kekurangan pembayaran transfer

"Enaknya transfer itu bisa dilakukan dari jarak jauh tapi minusnya ada admin yang harus dibayar. Untuk yang COD enakya bisa cek barangnya dulu dan nggak ada biaya tambahan admin" (Responden 7).

Ketersediaan uang tunai juga terbukti menjadi faktor penting.

"Iya, soalnya jarang pegang uang cash".

Responden 7 mengaku jarang membawa uang tunai sehingga transfer menjadi pilihan paling cepat.

"Sering banget karena gaji saya lewat m-banking jadi otomatis saya setiap hari memakai m-banking" (Responden 2).

"Sering dan hampir setiap hari pakai" (Responden 5).

Kebiasaan digital para responden menggunakan *m-banking* hampir setiap hari pun berperan, sedangkan beberapa responden lain hanya menggunakannya ketika situasi menuntut.

Terkait risiko, sebagian besar responden tidak merasa khawatir meskipun transfer dilakukan di luar aplikasi Shopee.

“Aman aja dikarenakan kurir sudah lama kenal dan ga pernah ganti kurir” (Responden 3).

“Selama ini merasa aman-aman aja sih, soalnya aku udah percaya sama kurir yang pernah tak temui. Alhamdulillah selama aku pesen barang selalu aman” (Responden 7).

Dua responden menyatakan merasa aman karena mengenal kurir yang sama dalam jangka panjang. Namun, terdapat satu responden yang menilai bahwa secara teori tetap ada risiko barang tidak diantarkan, meski belum pernah mengalami sendiri.

“Resiko nya takut barangkali barang yang kita pesan tidak diantarkan tapi sejauh ini kurir selalu ngabarin kalo sudah di tempat atau kurir akan mengantarkan pesanan” (Responden 4).

Preferensi di masa mendatang bervariasi. Sebagian responden bersedia mengulangi praktik COD via transfer ketika situasi serupa terjadi

“Kalo niatan sih ga ada, tapi kalo semisal kepepet biasanya iya lewatnya transfer. Kalo semisal di m-banking ga ada saldo ya barangnya tak ambil dihari besok nya” (Responden 7).

Sementara sebagian lain enggan melakukannya secara rutin karena dinilai membebani kurir atau menimbulkan potensi risiko.

“Lebih ke tidak mau atau merepotkan kurir” (Responden 7).

Terkait fitur resmi COD via transfer, sebagian responden menganggapnya perlu dihadirkan, sementara sebagian lain menilai fitur tersebut belum menjadi kebutuhan mendesak.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena konsumen memilih COD namun membayar melalui transfer merupakan bentuk adaptasi perilaku yang sesuai dengan teori *Consumer Decision-Making Process* (Kotler & Keller, 2016). Pada tahap pengenalan kebutuhan dan evaluasi alternatif, konsumen memilih COD untuk meminimalisir risiko penipuan. Namun, tahap keputusan pembelian dalam praktik justru mengalami modifikasi karena faktor situasional dan kebiasaan digital.

Temuan ini mendukung penelitian Reza & Suastrini (2023), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor dominan yang

memengaruhi adopsi pembayaran digital. Pada penelitian ini, kemudahan tersebut tercermin dari kemampuan membayar dari jarak jauh, efisiensi waktu, dan ketiadaan kebutuhan menyediakan uang pas. Kemudahan tersebut mendorong konsumen mengabaikan aturan formal COD dan lebih memilih transfer.

Selain itu, temuan ini konsisten dengan Resa & Andjarwati (2019), yang menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap pihak ketiga sangat memengaruhi keputusan transaksi. Responden dalam penelitian ini bersedia melakukan transfer karena telah mengenal kurir yang sama bertahun-tahun, sehingga risiko transfer langsung dianggap rendah. Kepercayaan interpersonal ini ternyata dapat menyalip prosedur keamanan platform *e-commerce*.

Temuan lain yang signifikan adalah kebiasaan digital konsumen yang jarang membawa uang tunai. Pola ini sesuai dengan temuan Putri et al. (2025) bahwa digitalisasi keuangan telah mengubah preferensi pembayaran masyarakat. Kebiasaan intensif menggunakan *e-wallet* atau *m-banking* membuat konsumen merasa wajar melakukan transfer meskipun metode pembayaran awal adalah COD.

Fenomena ini juga menunjukkan paradoks penting dalam perilaku konsumen. Awalnya memilih COD karena ingin mengurangi risiko, namun justru melakukan transfer yang secara sistem keamanan lebih lemah karena pembayaran dilakukan di luar aplikasi. Paradoks ini memperkuat argumen bahwa *perceived convenience* (kemudahan yang dirasakan) sering kali lebih berpengaruh daripada *perceived risk* (risiko yang dirasakan) dalam proses pengambilan keputusan konsumen digital.

Dari perspektif sistem, ada beberapa kelebihan dan kelemahan yang muncul. Kelebihannya adalah fleksibilitas pembayaran, efisiensi waktu, serta kemudahan bagi konsumen yang tidak membawa uang tunai. Namun di sisi lain, kelemahannya mencakup risiko penipuan, ketidakjelasan tanggung jawab pembayaran, biaya tambahan admin, dan potensi pelanggaran standar operasional layanan kurir. Variasi pengalaman responden menunjukkan bahwa fenomena ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor personal konsumen, tetapi juga oleh kebijakan informal kurir dan kondisi lingkungan.

Dengan demikian, fenomena COD bayar via transfer bukan sekadar penyimpangan individual, tetapi mencerminkan perubahan budaya transaksi digital yang mengutamakan fleksibilitas dan efisiensi. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran *e-commerce* perlu beradaptasi dengan kebiasaan masyarakat yang semakin cashless.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumen yang memilih metode COD namun melakukan pembayaran melalui transfer merupakan bentuk adaptasi yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kepercayaan interpersonal terhadap kurir, kebiasaan penggunaan layanan keuangan digital, serta faktor situasional seperti ketidakhadiran konsumen di rumah pada saat pengantaran. Meskipun pada awalnya COD dipilih untuk meminimalkan risiko penipuan dan memberikan kesempatan memeriksa barang, konsumen tetap memilih transfer karena dirasakan lebih fleksibel, efisien, dan sesuai dengan kebiasaan transaksi digital yang telah terbentuk.

Selain itu, temuan menunjukkan adanya paradoks dalam pengambilan keputusan konsumen. Konsumen awalnya memilih COD sebagai bentuk kontrol risiko, namun selanjutnya memilih mekanisme pembayaran yang justru berada di luar perlindungan sistem *e-commerce*. Fenomena ini memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan cenderung lebih dominan daripada persepsi risiko dalam praktik keputusan konsumen. Di sisi lain, kebiasaan konsumen yang semakin *cashless* turut memperkuat kecenderungan penggunaan transfer meskipun metode awal yang dipilih adalah COD.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah responden yang relatif kecil serta konteks penelitian yang terbatas pada lingkungan tertentu membuat hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi secara luas. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada perspektif konsumen tanpa melibatkan pihak kurir atau penyedia layanan *e-commerce* sehingga sudut pandang yang diperoleh masih terbatas. Keterbatasan ini membuka kesempatan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan dan mendapatkan gambaran fenomena secara lebih komprehensif.

Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih beragam, termasuk kurir dan pihak penyedia layanan *e-commerce*, sehingga dinamika interaksi antar aktor dalam proses pembayaran dapat dipahami secara lebih menyeluruh. Kajian mendatang juga dapat menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) untuk mengukur seberapa besar fenomena COD bayar via transfer terjadi pada populasi

pengguna *e-commerce*. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi aspek risiko, keamanan, dan kepatuhan prosedural dari sudut pandang sistem, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai implikasi fenomena ini terhadap ekosistem layanan *e-commerce* di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Apresiasi disampaikan kepada para responden yang bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman terkait praktik pembayaran COD dan transfer di platform Shopee, sehingga penelitian ini dapat memperoleh data yang kaya dan bermakna. Peneliti juga berterima kasih kepada dosen pembimbing yang memberikan arahan, masukan, serta umpan balik selama proses penyusunan artikel ini. Semoga kontribusi semua pihak menjadi bagian penting dalam pengembangan pengetahuan mengenai perilaku konsumen digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, D. (2022). *Strategi Pembaharuan Hukum Transaksi Jual Beli Online dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery*. Logika: Jurnal Penelitian Universitas Kuningan, 13, 85–93.
- Aulia, S. (2020). *Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital*. Jurnal Komunikasi, 12, 311–324.
- Dhianty, R. (2021). *Tanggung Jawab Kurir dalam Transaksi Perdagangan Elektronik (e commerce) dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam Perspektif Hubungan Keagenan*. Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I.
- Julianti, W., Fazri, A., & Hasbullah, H. (2024). *Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan (JIMEK), 4(1).
- Narida, M. G. (2021). *Informasi Pembelian Barang Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Berdampak Pada Terjadinya Pengancaman Kepada Kurir Jasa Expedisi*. Kinesik, 8(2), 176–188.
- Nia. (2023). *Analisis Keefektifan Sistem Pembayaran*

Cash On Delivery (Cod) Di E-Commerce Indonesia. Jurnal Al-Fatih Global Mulia, 5(2), 1–4.

E-commerce : An Empirical Analysis of Cash on Delivery (COD) Recipients at PT Pos Indonesia. Asian Journal of Management Analytics (AJMA), 4(1), 371–390.

Putri, H. S., Setiyono, W. P., & Prapanca, D. (2025). *Pengaruh Persepsi Keamanan , Kemudahan Penggunaan , dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Daerah Sidoarjo)*. Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(3), 1085–1102.

Rahayu, N. I., & Marleni, R. (2024). *Pengaruh Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada E-Commerce Shopee*. Economics, Accounting, and Business Journal, 4(1), 79–85.

Rasidi, M., Silvia, A. M., Saudah, S. K., & Fitriah, Y. L. (2024). *Makna Pembayaran COD bagi Mahasiswa Ekonomi UNUJA sebagai Konsumen di Shopee*. NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA, 1(4), 126–133. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v1i6.92>

Resa, N. A., & Andjarwati, A. L. (2019). *Kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online*. Jurnal Ilmu Manajemen, 7.

Reza, M. H., & Suastrini, F. (2023). *Pengambilan Keputusan Pembelian dengan Penggunaan Fasilitas Pembayaran Non Tunai dalam Transaksi E-Commerce Pada Generasi Z*. Valid Jurnal Ilmiah, 21(1), 85–96.

Safitri, A., Harjanti, A. E., & Darsin. (2025). *Efektivitas Fitur Cash On Delivery (Cod) Dan Keamanan Dalam Mengatasi Masalah Pembayaran Di Shopee*. Jurnal Bisnis Digital Dan Enterpreneur, 3(2), 368–378.

Sahabuddin, R., Bakri, R. A., Ahtirah, A., Ilyas, S. R., & Hidayah, N. (2023). *Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Terhadap Kegiatan Belanja Online*. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9(6), 2537–2548.

Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M., Haerany, A., Rusmana, F. D., & Rijal, K. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Penerbit Widina Media Utama.

Surya, D. H., & Nasution, M. D. T. P. (2025). *Determinants of Payment Method Selection in*