

# ***Analysis of Purchasing Decision with Cash On Delivery Payment Method at E-Commerce Shopee***

***By Eranny Rahma Putri***

## ***Abstract***

*Shopee is an e-commerce or online store that provides a variety of products and choices. In this era of digitalization, consumers must start using digital payment methods, but according to data, there are still many who use the cash on delivery payment method or pay on the spot. Therefore, an appropriate formulation of the problem in this research is determined whether sales promotion, trust and difficulty affect purchasing decisions. Then the purpose of this study is to prove and analyze whether sales promotion, trust, and difficulty of purchasing decisions. The population in this study are shopee e-commerce users who use the cash on delivery payment method in Jabodetabek with quantitative data types and purposive sampling methods. The sample used is 100 consumers. The analysis technique uses Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 software. The results obtained are variables that sales promotion, trust and convenience have a positive and significant influence on purchasing decisions on cash on delivery payment methods in e-commerce shopee.*

***Keywords*** : *purchasing decision, sales promotion, trust, ease, cash on delivery*

# **Analisis Keputusan Pembelian dengan Metode Pembayaran COD (*Cash On Delivery*) di *E-commerce* Shopee**

## **Abstrak**

**Oleh Eranny Rahma Putri**

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* atau toko online yang menyediakan berbagai produk dan pilihan. Pada saat era digitalisasi seperti ini harusnya konsumen mulai menggunakan metode pembayaran secara digital, namun menurut data masih banyak yang menggunakan metode pembayaran secara *cash on delivery* atau bayar di tempat. Oleh karena itu, ditetapkan sebuah rumusan masalah yang tepat pada penelitian ini adalah apakah promosi penjualan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis apakah promosi penjualan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna *e-commerce* shopee yang menggunakan metode pembayaran *cash on deliver* di Jabodetabek dengan jenis data kuantitatif dan metode purposive sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 100 konsumen. Teknik analisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 3.0. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan, kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada metode pembayaran *cash on delivery* di *e-commerce* shopee.

**Kata Kunci** : promosi, kepercayaan, kemudahan, keputusan pembelian, *cash on delivery*