

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, E-WALLET, DAN PAYLATER PADA E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

Oleh:

Kirana Anindya Salsabila¹
Alexandra Gabriella Lawalata²

Universitas Negeri Surabaya

Alamat: Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur (60231).

Korespondensi Penulis: kiranaasndya@gmail.com

Abstract. *In recent years, E-commerce has developed into one of the crucial components of trading activities in Indonesia. This development is driven by the advances in technology. Along with the growth of technology, the number of E-commerce platforms in Indonesia is also increasing. People's consumption behavior when shopping online is generally affected by many kinds of factors, one of which is the factor of choosing a payment method when buying something through an E-commerce platform. This study mainly aims to find and analyze the effect of Cash on Delivery (COD), E-wallet, and PayLater payment methods on e-commerce platforms on the consumption behavior of Accounting students at Universitas Negeri Surabaya (UNESA). This study uses a quantitative approach, where the data is collected through a Google Form questionnaire distributed to 93 Accounting students at Universitas Negeri Surabaya (UNESA). The independent variables in this study are the Cash on Delivery (COD) payment methods (X1), E-wallet (X2), and PayLater (X3), while the dependent variable is student consumption behavior on E-commerce. Data analysis method in this study was carried out using multiple linear regression analysis to test the effect of each payment method on student consumption behavior on E-commerce. Therefore, the results of the study indicate that the Cash on Delivery (COD) and E-wallet payment methods have a significant effect on student consumption behavior on E-commerce,*

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, E-WALLET, DAN PAYLATER PADA E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

while the PayLater payment method has an insignificant effect on student consumption behavior on E-commerce. In addition, the results of this study also reveal that the three independent variables, namely the Cash on Delivery (COD), E-wallet, and PayLater payment methods simultaneously affect student consumption behavior on E-commerce. This research is expected to help students understand the impact of payment method choices on their consumption patterns in E-commerce.

Keywords: *Payment Methods, COD, E-Wallet, Pay-Later, E-Commerce, Consumption Behavior*

Abstrak. Dalam beberapa tahun ini, *E-commerce* telah bertumbuh menjadi salah satu bagian penting dalam aktivitas perdagangan di Indonesia. Perkembangan *E-commerce* yang cepat ini didorong oleh kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi tersebut, jumlah *platform E-commerce* di Indonesia juga kian meningkat. Perilaku konsumsi masyarakat ketika berbelanja secara online umumnya dipengaruhi oleh beragam faktor, salah satunya adalah faktor pemilihan metode pembayaran saat membeli sesuatu melalui *platform E-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)*, *E-wallet*, dan *PayLater* pada *platform E-commerce* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data diperoleh melalui kuesioner Google Form yang disebar pada 93 mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Variabel independen dalam penelitian ini adalah metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)* (X1), *E-wallet* (X2), dan *PayLater* (X3), sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumsi mahasiswa pada *E-commerce*. Metode untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Tujuannya untuk mengukur pengaruh masing-masing metode pembayaran terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada *E-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)* dan *E-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada *E-commerce*, sedangkan metode pembayaran *PayLater* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada *E-commerce*. Selain itu, hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ketiga

variabel independen yaitu metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD), *E-wallet*, dan *PayLater* secara simultan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa pada *E-commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam memahami dampak pilihan metode pembayaran terhadap pola konsumsi mereka di *E-commerce*.

Kata Kunci: Metode Pembayaran, COD, E-Wallet, Pay-Later, E-Commerce, Perilaku Konsumsi

LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun ini, *E-commerce* telah bertumbuh menjadi salah satu komponen penting dalam aktivitas perdagangan Indonesia. Secara umum, *Electronic Commerce* (*E-commerce*) sendiri merupakan seluruh transaksi perdagangan berupa barang serta jasa menggunakan media elektronik (Nurliyani et al, 2024). Perkembangan *E-commerce* yang cepat ini didorong oleh kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan pada teknologi ini secara signifikan juga berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih tertarik untuk berbelanja secara *online* dibandingkan dengan berbelanja secara *offline* di toko. Terbukti melalui laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* (2023), dikatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta orang. Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah cara berbelanja masyarakat, khususnya dalam transaksi *E-commerce*.

Seiring dengan digitalisasi gaya hidup masyarakat dalam berbelanja *online*, jumlah *platform E-commerce* di Indonesia juga semakin meningkat. Berdasarkan data pada International Trade Administration (2024), terdapat enam *platform E-commerce* yang berkontribusi besar terhadap *Gross Merchandise Value* (GMV). Enam *platform E-commerce* tersebut diantaranya Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, TikTok Shop, serta BliBli. Pada dasarnya, konsep berbelanja melalui *platform E-commerce* hampir sama dengan berbelanja di pasar tradisional di mana tanggung jawab atas produk tetap berada di tangan penjual sementara *platform E-commerce* hanya berfungsi sebagai wadah atau fasilitas bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara nyaman dan mudah (Asdiansyuri et al, 2024). Kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan ketika berbelanja melalui *platform E-commerce* dapat mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

Perilaku konsumsi masyarakat ketika berbelanja secara *online* umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya yaitu faktor pemilihan metode pembayaran saat membeli sesuatu melalui platform *E-commerce*. Hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa metode pembayaran yang memiliki penawaran diskon dan promo dan terdapat metode pembayaran yang jarang menawarkan promo ataupun diskon. Dengan berkembangnya dunia *E-commerce*, metode pembayaran yang tersedia pada setiap platform juga beragam, termasuk *Cash on Delivery* (COD), *E-wallet*, dan *PayLater*. Setiap metode pembayaran ini memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kebiasaan konsumen. Konsumen yang mengutamakan keamanan transaksi sering memilih COD, yang memungkinkan mereka membayar setelah barang diterima. *E-Wallet* menawarkan kemudahan tanpa perlu menggunakan uang tunai untuk bertransaksi secara digital, sementara *PayLater* memungkinkan pelanggan membayar barang secara cicilan di kemudian hari, memberikan fleksibilitas dalam mengatur keuangan.

Fokus pada mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya karena mahasiswa jurusan ini memiliki latar belakang pendidikan yang mengajarkan pengelolaan keuangan dan perilaku ekonomi rasional. Namun, dalam praktiknya, kemudahan akses terhadap metode pembayaran modern dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka. Mahasiswa sebagai segmen pasar yang relatif besar dalam menggunakan *E-commerce*, kebiasaan konsumsi mereka mungkin berbeda dari kelompok usia lainnya. Faktor-faktor seperti batasan anggaran, kemudahan penggunaan, dan manfaat dari berbagai metode pembayaran menjadi hal penting untuk diteliti. Mahasiswa akuntansi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebagai kelompok konsumen, seringkali lebih selektif dalam memilih metode pembayaran karena mereka adalah konsumen yang cerdas dan mampu dalam pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana metode pembayaran COD, *E-Wallet*, dan *PayLater* mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Akuntansi UNESA. Mahasiswa akan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kemudahan transaksi, keamanan, dan fleksibilitas pembayaran. Selain itu, penelitian ini akan mencari tahu bagaimana masing-masing metode pembayaran dapat mempengaruhi jumlah dan frekuensi belanja mahasiswa di *platform E-commerce*.

KAJIAN TEORITIS

a. Teori Perilaku Konsumsi

Perilaku merupakan suatu keinginan yang muncul dalam diri manusia untuk melakukan suatu hal (Irmawati, 2021). Konsumsi merupakan salah satu perilaku manusia di bidang ekonomi. Secara umum, perilaku konsumsi adalah suatu perilaku seseorang atau sekelompok dalam membeli atau memakai barang dan jasa. Perilaku konsumsi melibatkan proses pengambilan keputusan guna memutuskan pembelian sebuah produk yang diinginkan (Nugraha et al, 2021). Dalam berkonsumsi, memang tidak ada batasan untuk mencapainya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Mundell bahwa setiap individu memiliki hasrat untuk memenuhi keinginan masing-masing.

b. E-commerce

Perdagangan Elektronik atau *Electronic Commerce (E-commerce)* dapat didefinisikan sebagai kegiatan menjual serta membeli barang serta jasa dengan menggunakan media elektronik (Santoso, 2021). *E-commerce* dilaporkan muncul pada tahun 1990-an dan semenjak itu, *E-commerce* telah membawa dampak signifikan bagi perekonomian global. Keberlangsungan kegiatan *E-commerce* didukung oleh teknologi seperti *smartphone*, laptop, serta *device* lainnya yang memiliki kemampuan memproses transaksi jual beli secara *online*, bahkan menjalankan sistem pengelolaan *inventory* atau persediaan secara otomatis.

c. Metode Pembayaran

Metode pembayaran adalah metode untuk menyelesaikan transaksi keuangan antara pembeli dan penjual. Metode Pembayaran memungkinkan pembeli membayar barang atau jasa tanpa harus bertemu langsung dengan penjual atau menggunakan uang tunai (David, 2024). Pembayaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu :

1. *Cash on Delivery (COD)*

Cash on Delivery (COD) merupakan metode pembayaran dimana pembeli tidak harus melakukan pembayaran di awal saat melakukan pembelian barang. Metode ini memungkinkan pembeli untuk membayar sejumlah yang harus dibayarkan, umumnya dalam bentuk uang tunai pada

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

penjual saat barang diterima oleh pembeli. Metode ini umumnya digunakan dalam transaksi pada *E-commerce* atau perdagangan online. Pembayaran COD lebih sering digunakan saat ini karena dianggap mampu meminimalisir penipuan yang dilakukan oleh penjual. Pelanggan tidak perlu khawatir jika barang yang mereka pesan tidak kunjung sampai karena barang yang dipesan sudah dikirim belum dibayar, dan konsumen tidak dirugikan (Marlin et al., 2023).

2. *E-wallet*

E-wallet merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi menggunakan *smartphone* yang harus terhubung dengan internet. Metode pembayaran menggunakan *E-wallet* sangat praktis dan efisien karena tidak perlu membawa uang tunai maupun kartu untuk melakukan transaksi, pengguna hanya perlu membuka aplikasi *E-wallet* dan memasukkan pin untuk menyelesaikan transaksi. Di Indonesia, orang sering menggunakan dompet elektronik untuk bertransaksi *online*, membeli pulsa, dan membayar tagihan. Bahkan, beberapa orang menyimpan uang mereka di dompet elektronik untuk menghindari biaya administrasi dikenakan oleh bank.

3. *PayLater*

PayLater merupakan metode pembayaran pinjaman online atau kredit online, yang memberikan kesempatan bagi konsumen untuk membayar transaksi di kemudian hari. Ini memudahkan konsumen tidak memiliki cukup uang namun ingin membeli barang-barang di internet dengan kredit (Nikolaus et al., 2024)

d. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Hipotesis 1

Ho1 Metode Pembayaran COD (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

Ha1 Metode Pembayaran COD (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

2. Hipotesis 2

Ho2 Metode Pembayaran *E-wallet* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

Ha2 Metode Pembayaran *E-wallet* (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

3. Hipotesis 3

Ho3 Metode Pembayaran *PayLater* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

Ha3 Metode Pembayaran *PayLater* (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

4. Hipotesis 4

Ho4 Metode Pembayaran COD (X1) , *E-wallet* (X2) dan *PayLater* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

Ha4 Metode Pembayaran COD (X1) , *E-wallet* (X2) dan *PayLater* (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) pembelian pada *E-commerce* (studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD), *E-wallet* dan *PayLater* dalam menggunakan *E-commerce* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Akuntansi

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

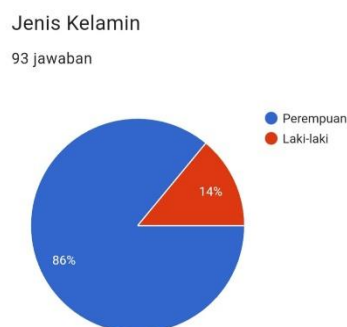
Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu memberikan data yang objektif, terukur dan sistematis melalui analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas (X) Metode Pembayaran COD (X1), Metode Pembayaran E-wallet (X2), Metode Pembayaran Pay Later (X3) dan variabel terikat (Y) perilaku konsumsi.

Penelitian ini melibatkan 1228 mahasiswa program studi akuntansi S1 di Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebagai populasi. Jumlah sampel akan dihitung menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10% sehingga diperoleh jumlah responden 93 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dimana responden diminta memberikan penilaian terhadap aspek terkait metode pembayaran dan perilaku konsumsi mereka dalam pembelian menggunakan *E-commerce*. Data diolah dengan metode statistik yakni pengujian regresi linear berganda. Tujuan peneliti adalah untuk mengukur hubungan yang ada di antara variabel. Adapun aplikasi yang akan digunakan untuk mengolah data adalah IBM SPSS Statistics 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner Google Form untuk 93 responden yang diantaranya adalah mahasiswa jurusan Akuntansi di Universitas Negeri Surabaya dan pengguna E-commerce.



Gambar 1 Diagram Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data Kuisisioner Google Form

Hasil penyebaran kuesioner melalui media Google Form menunjukkan bahwa sebanyak 86% responden dari total keseluruhan responden penelitian merupakan seorang mahasiswi dan sebanyak 14% sisanya merupakan mahasiswa.

Uji Validitas

Definisi uji validitas adalah untuk menguji kelayakan, kevalidan dan kesesuaian pertanyaan pada kuesioner yang disebarakan.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dengan Perbandingan R Hitung dan R Tabel

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Metode Pembayaran COD (X1)	X1.1	0.926	0.2039	VALID
	X1.2	0.899	0.2039	VALID
	X1.3	0.800	0.2039	VALID
Metode Pembayaran <i>E-wallet</i> (X2)	X2.1	0.870	0.2039	VALID
	X2.2	0.872	0.2039	VALID
	X2.3	0.773	0.2039	VALID
Metode Pembayaran <i>PayLater</i> (X3)	X3.1	0.907	0.2039	VALID
	X3.2	0.914	0.2039	VALID
	X3.3	0.844	0.2039	VALID
Perilaku Konsumsi (Y1)	Y1.1	0.739	0.2039	VALID
	Y1.2	0.859	0.2039	VALID
	Y1.3	0.910	0.2039	VALID

Melihat hasil dari uji validitas, ditemukab bahwa nilai dari setiap pertanyaan pada kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel 0.2039, yang menunjukkan bahwa data valid.

Uji Reliabilitas

Definisi uji reliabilitas adalah untuk mengetahui hubungan tiap indicator terhadap variabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item (N)	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
----------	-----------------	------------------	------------

**PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, E-WALLET, DAN
PAYLATER PADA E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA**

Metode Pembayaran COD (X1)	3	0.850	RELIABEL
Metode Pembayaran E- wallet (X2)	3	0.778	RELIABEL
Metode Pembayaran PayLater (X3)	3	0.851	RELIABEL
Perilaku Konsumsi (Y1)	3	0.781	RELIABEL

Melihat hasil dari uji reliabilitas, diketahui *N of items* (jumlah pertanyaan) adalah 12 dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar > dari 0.60, sehingga 12 pertanyaan untuk kuisioner reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Definisi uji normalitas adalah salah satu uji statistik yang berfungsi untuk menilai apakah data pada sebuah penelitian telah didistribusikan secara normal atau tidak.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.47812280
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.048
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Melihat hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi (Sig.) adalah 0.200. Hal tersebut berarti nilai signifikansi data melebihi nilai probabilitas yang

ditentukan yakni 0.5. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Definisi uji heteroskedastisitas adalah sebuah uji statistik yang dilakukan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varians dari residual pada semua penelitian yang diamati.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.984	.553		1.780	.079
	COD (X1)	.001	.036	.003	.025	.980
	E-wallet (X2)	.015	.052	.033	.285	.776
	PayLater (X3)	.005	.031	.019	.174	.863

a. Dependent Variable: RES_2

Melihat hasil dari uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, menyatakan bahwa semua nilai signifikansi (Sig.) dari setiap variabel telah melebihi 0.5 (> 0.5), yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji statistik yang ditujukan untuk menilai apakah ada korelasi di antara variabel independen dalam model regresi. Adapun sebuah model dianggap ideal ketika tidak ada korelasi di antara variabel independennya.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.851	.884		.962	.339		
	COD (X1)	.206	.057	.352	3.599	.001	.793	1.261
	E-wallet (X2)	.528	.084	.606	6.292	.000	.818	1.222
	PayLater (X3)	-.025	.050	-.047	-5.05	.614	.895	1.117

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi (Y1)

Hasil uji multikolinearitas menyatakan bahwa nilai *tolerance* dari tiap-tiap variabel melebihi 0.1 (> 0.1) serta nilai VIF dari tiap-tiap variabel berada di bawah 10 (< 10). Kondisi tersebut mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas pada model regresi ini.

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

Uji Hipotesis

Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Tingkat signifikansi untuk uji T adalah 5% atau 0.05

Tabel 6 Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.851	.884		.962	.339
	COD (X1)	.206	.057	.352	3.599	.001
	E-wallet (X2)	.528	.084	.606	6.292	.000
	PayLater (X3)	-.025	.050	-.047	-.505	.614

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi (Y1)

Mengacu pada hasil uji T di atas, ditemukan bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variabel COD (X1) sebesar $0.001 < 0.05$. Ini berarti bahwa H_{a1} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran COD memberi pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi pembelian pada E-Commerce Mahasiswa Akuntansi UNESA (Y).

Untuk variabel *E-wallet* (X2) menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0.000 < 0.05$. Ini berarti bahwa H_{a2} diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa metode pembayaran *E-wallet* memberi pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi pembelian pada E-Commerce Mahasiswa Akuntansi UNESA (Y).

Untuk variabel *PayLater* (X3) menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0.614 > 0.05$, hal ini menunjukkan H_{o3} diterima sehingga dikatakan bahwa metode pembayaran *PayLater* tidak memberi pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi pembelian pada E-Commerce Mahasiswa Akuntansi UNESA (Y).

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji serta mengungkap hipotesis penelitian mengenai pengaruh seluruh variabel bebas apakah memberi pengaruh pada variabel terikat. Tingkat signifikansi untuk uji F yaitu 0.05.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.284	3	32.095	14.211	.000 ^b
	Residual	201.006	89	2.258		
	Total	297.290	92			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi (Y1)

Mengacu pada hasil uji F yang telah dilakukan, ditemukan nilai signifikansi (Sig.) senilai $0.000 < 0.05$, sehingga H_0 diterima. Hal itu menyatakan bahwa terdapat pengaruh metode Pembayaran COD (X1), *E-wallet* (X2) dan *PayLater* (X3) terhadap perilaku konsumsi pembelian pada *E-Commerce* Mahasiswa Akuntansi UNESA (Y).

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian dengan regresi linear berganda ditujukan untuk mengungkap pengaruh metode-metode pembayaran (X) terhadap perilaku konsumsi (Y). Persamaan untuk menguji regresi linear berganda yaitu: Variabel Terikat (Y) = $a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots + B_nX_n$.

Tabel 8 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.851	.884		.962	.339
	COD (X1)	.206	.057	.352	3.599	.001
	E-wallet (X2)	.528	.084	.606	6.292	.000
	PayLater (X3)	-.025	.050	-.047	-.505	.614

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi (Y1)

Mengacu pada uji regresi linear di atas, dapat dilihat persamaan berikut: Perilaku Konsumsi (Y) = $0.851 + 0.205 + 0.528 + (-0.025)$.

- a) Nilai konstanta (a) yang menunjukkan 0.851 berarti nilai variabel independen sama dengan 0 (nol) dan variabel dependen besarnya 0.851.

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

- b) Besarnya koefisien variabel X1 metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) sebesar 0.205 sehingga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.
- c) Besarnya koefisien variabel X2 metode pembayaran *E-wallet* sebesar 0.528 dan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.
- d) Besarnya koefisien variabel X1 metode pembayaran *PayLater* sebesar -0.025 dan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.301	1.503

a. Predictors: (Constant), PayLater (X3), E-wallet (X2), COD (X1)

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa pengaruh seluruh variabel independen, yakni Metode Pembayaran COD (X1), Metode Pembayaran *E-wallet* (X2), dan Metode Pembayaran *PayLater* (X3) terhadap variabel dependen yakni Perilaku Konsumsi (Y) adalah sebesar 30.1%, sedangkan 69.9% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak ada di penelitian ini.

Pengaruh Metode Pembayaran COD terhadap perilaku konsumsi pembelian pada *E-Commerce*

Berdasarkan pada hasil uji statistik yang telah dilakukan dan dipaparkan, dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan yang diberikan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) terhadap perilaku konsumsi atau hipotesis Ha1 diterima. Kondisi tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji T, bahwa nilai signifikansi senilai 0.001 adalah lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 atau 5%. Dengan demikian, pemilihan metode pembayaran COD akan mendorong mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya untuk melakukan konsumsi pada *platform E-commerce*.

Pengaruh Metode Pembayaran *E-wallet* terhadap perilaku konsumsi pembelian pada *E-Commerce*

Berdasarkan pada hasil uji statistik yang telah dilakukan dan dipaparkan, dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan yang diberikan metode pembayaran *E-wallet* terhadap perilaku konsumsi atau hipotesis Ha2 diterima. Kondisi tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji T, bahwa nilai signifikansi senilai 0.000 adalah lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 atau 5%. Dengan demikian, telah ditunjukkan bahwa pemilihan metode *E-wallet* akan mendorong mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya untuk melakukan konsumsi pada *platform E-commerce*.

Pengaruh Metode Pembayaran *PayLater* terhadap perilaku konsumsi pembelian pada *E-Commerce*

Berdasarkan pada hasil uji statistik yang telah dilakukan dan dipaparkan, dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara metode pembayaran *PayLater* terhadap perilaku konsumsi atau Ho3 diterima. Kondisi tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji T bahwa nilai signifikansi senilai 0.614 adalah lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05 atau 5%. Dengan begitu, pemilihan metode pembayaran *PayLater* tidak mendorong mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya untuk melakukan konsumsi pada *platform E-commerce*.

Pengaruh Metode Pembayaran COD, *E-wallet* dan *PayLater* terhadap perilaku konsumsi pembelian pada *E-Commerce*

Berdasarkan pada hasil uji statistik yang telah dilakukan dan dipaparkan, dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan yang diberikan metode pembayaran COD, *E-wallet* dan *PayLater* terhadap perilaku konsumsi. Kondisi ini dibuktikan dengan hasil dari uji F bahwa nilai signifikansi sebesar sebesar 0.000, di mana nilai 0.000 itu lebih kecil daripada 0.05 yang artinya Ha4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa membayar dengan metode COD (X1), *E-wallet* (X2) dan *PayLater* (X3) memiliki berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi pembelian di *E-Commerce* Mahasiswa Akuntansi UNESA (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode bayar COD, *E-wallet* dan *PayLater* akan mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian pada *platform E-commerce* dengan diskon yang ditawarkan saat menggunakan metode pembayaran tersebut dan meningkatkan perilaku konsumsi konsumen sehingga dapat menimbulkan kemungkinan *impulsive buying* dan pemborosan.

PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, *E-WALLET*, DAN *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan demikian, setelah melakukan uji T atau parsial, dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut ini.

- a) Pemilihan metode COD memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi pada *E-commerce* serta ada pengaruh ke arah positif terhadap perilaku konsumsi pada *E-commerce*.
- b) Pemilihan metode *E-wallet* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi pada *E-commerce* serta ada pengaruh ke arah positif terhadap perilaku konsumsi pada *E-commerce*.
- c) Pemilihan metode *PayLater* tidak memberi pengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi pada *E-commerce* dan ada pengaruh ke arah negatif terhadap perilaku konsumsi pada *E-commerce*.

Sementara itu, kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil dari uji F (simultan) adalah bahwa metode pembayaran COD, *E-wallet* dan *PayLater* berpengaruh signifikan untuk perilaku konsumsi. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai Sig senilai 0.000 yang lebih kecil dari tingkat Sig 0.05 atau 5%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, bagi mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi agar lebih bijak, khususnya dalam penggunaan metode pembayaran yang tersedia di *E-commerce*. Mahasiswa perlu memahami dampak dari masing-masing metode pembayaran, seperti risiko konsumtif pada penggunaan *E-wallet* dan *PayLater*, serta keunggulan dan keterbatasan metode COD. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas subjek penelitian, misalnya dengan membandingkan mahasiswa dari berbagai jurusan atau universitas, untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pengaruh metode pembayaran terhadap perilaku konsumsi.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, A., Damayanti, E., Yasa, P. S., Khaira, I., & Siregar, Z. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN E-PAYMENT TERHADAP GEN Z DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 5(8), 147-157.
- Nikolaus, K. F., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11274-11289.
- Munthe, R. G., Ompusunggu, V. M., & Sinambela, T. (2023). Peran E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Bertransaksi di E-Commerce. *JURNAL REGIONOMIC*, 5(2), 25-35.
- Handayani, H. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *UG Jurnal*, vol 5, 58-66.
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 21-28.
- Pramana, E. (2024, November). Pengertian dan Jenis-Jenis Metode Pembayaran di Indonesia. Diakses pada 12 Desember 2024, dari <https://aspireapp.com/id-ID/blog/pembayaran-dan-metode-pembayaran>
- David. (2024, Juli). *Apa Itu Metode Pembayaran dan Manfaatnya untuk Bisnis!* Primalink Payment Gateway Indonesia. Diakses pada 12 Desember 2024, dari [://primalink.co.id/apa-itu-metode-pembayaran-beserta-manfaatnya/](https://primalink.co.id/apa-itu-metode-pembayaran-beserta-manfaatnya/)
- Sebastian, A. (2023, 22 September). Apa Itu Cash On Delivery (COD): Pengertian, Keuntungan, dan Kerugian. Diakses pada 12 Desember 2024, dari <https://primalink.co.id/apa-itu-cash-on-delivery/>

**PENGARUH METODE PEMBAYARAN COD, E-WALLET, DAN
PAYLATER PADA E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI MAHASISWA AKUNTANSI UNESA**

- Riyanto, D. A. (2024, 21 Februari). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. Diakses pada 12 desember 2024, dari https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette
- Nurliyani, H., Safarina, F., & Nurizal. (2024). *Buku Seri Praktikum E-Commerce*. Universitas Gunadarma. <https://v-lab.gunadarma.ac.id/assets/uploads/pdf/modul/MODUL%20E-COMMERCE%202024.pdf>
- Asdiansyuri, U., Fariantin, H. E., Octavia, Y. F., & Satiawati, E. (2024). PENGARUH METODE PEMBAYARAN PAYLATER, COD DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *GANEC SWARA*, 18(3), 1752.