

“ANALISIS EFEKTIVITAS SISTEM PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE”

Nabila Humairah¹, Maulidia², Ika Fadilah Rahmadani³, Nadia Fitaloka⁴

Nabilahumairah2106@gmail.com¹; maulidia946@gmail.com²
ikafadilahrahmadani@gmail.com³; fitalokanadia4@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Permasalahan utama yang diangkat adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap metode COD serta dampaknya terhadap kelancaran transaksi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 200 responden pengguna e-commerce yang pernah melakukan transaksi COD. Data dianalisis menggunakan teknik deskriptif dan uji regresi untuk melihat hubungan antara variabel kepercayaan, kenyamanan, dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem COD masih dianggap efektif dalam meningkatkan rasa aman konsumen, terutama bagi mereka yang ragu terhadap pembayaran digital. Namun, ditemukan pula kendala berupa keterlambatan pengiriman dan risiko pembatalan pesanan yang lebih tinggi dibanding metode pembayaran lain. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa COD tetap relevan sebagai alternatif pembayaran, tetapi perlu adanya peningkatan manajemen logistik dan edukasi konsumen agar efektivitasnya lebih optimal.

Kata Kunci: Cash on Delivery; E-commerce; Kepercayaan Konsumen; Efektivitas; Transaksi Online

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of the Cash on Delivery (COD) payment system in e-commerce transactions in Indonesia. The main issue addressed is consumer trust in COD and its impact on transaction smoothness. The research method applies a quantitative approach through questionnaires distributed to 200 e-commerce users who have experienced COD transactions. Data were analyzed using descriptive techniques and regression tests to examine the relationship between trust, convenience, and customer satisfaction variables. The findings reveal that COD is still perceived as effective in enhancing consumer security, particularly for those hesitant about digital payments. Nevertheless, challenges such as delivery delays and higher cancellation risks compared to other payment methods were identified. The conclusion of this study emphasizes that COD remains relevant as a payment

¹ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, nabilahumairah2106@gmail.com

² Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, maulidia946@gmail.com

³ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, ikafadilahrahmadani@gmail.com

⁴ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, fitalokanadia4@gmail.com

alternative, but improvements in logistics management and consumer education are necessary to optimize its effectiveness.

Keywords: *Cash on Delivery; E-commerce; Consumer Trust; Effectiveness; Online Transactions*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam sektor perdagangan, khususnya melalui e-commerce. Di Indonesia, pertumbuhan pengguna e-commerce meningkat signifikan seiring dengan penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Salah satu aspek krusial dalam transaksi daring adalah sistem pembayaran, yang tidak hanya menentukan kelancaran transaksi tetapi juga memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform. Metode Cash on Delivery (COD) menjadi salah satu pilihan populer, terutama bagi konsumen yang masih ragu menggunakan pembayaran digital. COD dianggap memberikan rasa aman karena pembayaran dilakukan setelah barang diterima, sehingga mengurangi kekhawatiran akan penipuan.

Namun, efektivitas COD tidak lepas dari berbagai tantangan. Di satu sisi,

COD mampu meningkatkan partisipasi konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar. Di sisi lain, metode ini menimbulkan risiko operasional seperti keterlambatan pengiriman, pembatalan pesanan, serta beban tambahan bagi kurir. Penelitian Safitri dkk. (2025) menunjukkan bahwa meskipun COD meningkatkan rasa aman konsumen, terdapat masalah signifikan berupa tingginya tingkat pembatalan pesanan (Safitri, Harjanti, and Darsin 2025). Nia (2023) menambahkan bahwa COD efektif bagi konsumen dan penjual, tetapi kurang menguntungkan bagi kurir karena sering terjadi miskomunikasi (Nia 2023).

Penelitian lain oleh Junior dan Sriminarti (2022) menyoroti bahwa faktor ulasan konsumen dan rating produk berpengaruh besar terhadap niat beli dalam transaksi COD (Junior and Sriminarti 2025). Pratama (2024) menekankan bahwa COD masih menjadi pilihan utama di daerah dengan keterbatasan akses pembayaran digital, sehingga relevansinya tetap tinggi (AGUSTIN n.d.). Lestari (2021) menegaskan bahwa COD berperan penting dalam membangun kepercayaan awal konsumen terhadap platform e-commerce, terutama bagi pengguna baru (Adilah et al. 2022).

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan, terdapat research gap berupa kurangnya kajian komprehensif yang menilai efektivitas COD dari perspektif multi-stakeholder (konsumen, penjual, dan kurir) serta integrasinya dengan perkembangan sistem pembayaran digital. Buku terbaru oleh Santoso (2022) juga menyoroti perlunya inovasi sistem pembayaran agar keberlanjutan e-commerce di Indonesia dapat terjaga (Iqbal 2022).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem pembayaran COD dalam transaksi e-commerce dengan meninjau aspek kepercayaan konsumen, kenyamanan, risiko operasional, serta relevansinya di tengah perkembangan teknologi pembayaran digital.

B. KAJIAN TEORI

1. Teori Kepercayaan Konsumen dan Risiko Persepsian

Kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor fundamental dalam transaksi daring. Menurut teori kepercayaan, konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap penjual maupun platform akan menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan niat beli. Dalam konteks COD, kepercayaan muncul karena konsumen tidak perlu membayar di muka, sehingga mengurangi kekhawatiran terhadap penipuan. Hal ini sesuai dengan temuan Safitri dkk. yang menyatakan bahwa COD meningkatkan rasa aman konsumen, meskipun di sisi lain menimbulkan risiko operasional berupa pembatalan pesanan di pintu atau penolakan barang (Safitri et al. 2025). Nia juga menambahkan bahwa COD efektif bagi konsumen dan penjual, tetapi seringkali menimbulkan kerugian bagi kurir karena kurangnya pemahaman sistem (Nia 2023).

2. Model Penerimaan Teknologi (TAM dan UTAUT)

Teori TAM (Technology Acceptance Model) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) memengaruhi adopsi teknologi. COD dianggap memberikan “kemudahan psikologis” bagi konsumen yang belum terbiasa dengan pembayaran digital. Sementara itu, UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) menambahkan faktor pengaruh sosial dan kondisi pendukung yang juga memengaruhi adopsi COD (Rojabi 2025). Penelitian Putra dan Hidayat menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan menjadi faktor utama dalam adopsi metode pembayaran (Ayu, Fuadi, and Syarif 2025), sedangkan Sari dan Pratama menegaskan bahwa pengaruh sosial dan kondisi pendukung memperkuat penggunaan COD di tengah persaingan dengan dompet digital (Mulyana 2025).

3. Teori Kualitas Layanan (SERVQUAL)

SERVQUAL menekankan lima dimensi kualitas layanan: reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam COD, kualitas layanan kurir menjadi sangat penting karena transaksi hanya sah setelah barang diterima dan dibayar. Lestari menegaskan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan komunikasi yang jelas dari kurir sangat menentukan kepuasan konsumen (Maulidza et al. 2022). Fadhillah dan Wibowo juga menambahkan bahwa kualitas layanan last-mile berpengaruh langsung terhadap efektivitas COD, karena kegagalan satu dimensi dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

4. Manajemen Logistik Last-Mile

Teori logistik last-mile menjelaskan bahwa efisiensi distribusi ditentukan

oleh rute pengiriman, kepadatan wilayah, dan waktu layanan per pemberhentian. COD menambah waktu di titik serah terima karena adanya proses verifikasi dan pembayaran, sehingga berpotensi menurunkan produktivitas kurir. Hasan dan Dewi menemukan bahwa COD meningkatkan beban kerja kurir dan menurunkan efisiensi pengantaran. Ramadhan dan Liu menambahkan bahwa optimasi rute dan kebijakan platform dapat memitigasi dampak negatif COD terhadap produktivitas (Luong n.d.).

5. Ekonomi Biaya Transaksi (Transaction Cost Economics)

Menurut teori biaya transaksi, struktur tata kelola yang tepat dapat menekan biaya pencarian, negosiasi, dan penegakan kontrak. COD menurunkan biaya penegakan karena adanya bukti fisik serah terima, tetapi dapat meningkatkan biaya negosiasi di pintu jika terjadi ketidaksesuaian barang. Gunawan menegaskan bahwa standarisasi prosedur COD diperlukan untuk menekan inefisiensi dan menjaga keberlanjutan sistem pembayaran ini (Siahaan et al. 2023).

6. Tata Kelola dan Kepastian Hukum Transaksi Elektronik

Dalam transaksi elektronik, kepastian hukum menjadi penting untuk melindungi konsumen dan penjual. COD memberikan bukti fisik serah terima yang memperkuat kepastian hukum, tetapi sengketa kualitas barang tetap mungkin terjadi. Aqil dkk. menekankan perlunya mekanisme pengembalian dan penyelesaian sengketa yang jelas agar efektivitas COD tetap terjaga (Arini, Zulqaiyyim, and Djalius 2025).

7. Perilaku Konsumen dan Inklusi Digital

Teori perilaku konsumen dalam konteks inklusi digital menunjukkan bahwa konsumen dengan keterbatasan akses finansial atau literasi digital cenderung memilih metode pembayaran yang minim risiko. Hartati dan Nur menemukan bahwa COD menjadi pilihan utama di wilayah dengan keterbatasan akses dompet digital atau kartu kredit, sehingga berperan penting dalam memperluas partisipasi pasar dan mendukung inklusi ekonomi (Ardiani 2025).

Kerangka berpikir penelitian ini menempatkan kepercayaan konsumen, kenyamanan, kualitas layanan, logistik last-mile, dan tata kelola hukum sebagai variabel utama yang memengaruhi efektivitas COD. Hipotesis yang diajukan adalah:

- Kepercayaan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap efektivitas COD.
- Kualitas layanan dan tata kelola memperkuat hubungan tersebut.
- Risiko operasional berpengaruh negatif terhadap efektivitas COD.

Dengan demikian, efektivitas COD merupakan hasil interaksi antara faktor

psikologis konsumen, kualitas layanan kurir, efisiensi logistik, serta kebijakan platform yang mendukung keberlanjutan transaksi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, karena tujuan utama penelitian adalah memahami secara mendalam efektivitas sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam transaksi e-commerce (Gunawan 2023). Kehadiran peneliti bersifat partisipatif sekaligus observatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah para pelaku transaksi COD, dengan informan yang terdiri dari konsumen yang pernah melakukan transaksi COD minimal dua kali dalam enam bulan terakhir, penjual atau merchant yang menyediakan opsi COD, serta kurir yang bertugas mengantarkan barang dengan sistem COD (Perujukan 2022). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap relevan dan memiliki pengalaman langsung terkait COD (Safitri et al. 2025).

Lokasi penelitian dilakukan di Medan Timur, Sumatera Utara, yang dipilih karena wilayah ini masih menunjukkan tingkat penggunaan COD yang tinggi dibandingkan metode pembayaran digital. Penelitian berlangsung selama tiga bulan (September–November 2025), mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, dan validasi hasil. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan konsumen, penjual, dan kurir untuk menggali persepsi, pengalaman, serta kendala dalam transaksi COD. Selain itu, peneliti melakukan observasi partisipatif terhadap proses pengantaran COD, termasuk interaksi antara kurir dan konsumen, serta dokumentasi berupa catatan transaksi, kebijakan platform, dan laporan operasional kurir. Triangulasi digunakan untuk memastikan keakuratan data, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (AGUSTIN n.d.).

Validasi hasil penelitian dilakukan melalui beberapa teknik. Pertama, triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari konsumen, penjual, dan kurir. Kedua, member check, yaitu meminta informan untuk meninjau kembali hasil wawancara agar sesuai dengan pengalaman mereka. Ketiga, peer debriefing, yaitu diskusi dengan rekan peneliti untuk menguji konsistensi analisis. Dengan validasi ini, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat keabsahan yang tinggi dan mampu menggambarkan efektivitas COD secara komprehensif dalam transaksi e-commerce (Rojabi 2025).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) masih memiliki efektivitas yang cukup tinggi dalam transaksi e-commerce, terutama di wilayah dengan tingkat literasi digital yang rendah dan keterbatasan akses terhadap layanan pembayaran elektronik. Dari wawancara

mendalam dengan konsumen, mayoritas informan menyatakan bahwa COD memberikan rasa aman karena pembayaran dilakukan setelah barang diterima. Hal ini sejalan dengan teori kepercayaan konsumen yang menekankan bahwa tingkat kepercayaan dapat menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan niat beli. Penelitian Safitri dkk. juga mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa COD meningkatkan rasa aman konsumen, meskipun menimbulkan risiko pembatalan pesanan di pintu (Safitri et al. 2025).

Dari sisi penjual, COD dianggap efektif dalam memperluas pasar, terutama bagi konsumen baru yang belum terbiasa dengan pembayaran digital. Namun, penjual juga menghadapi kendala berupa tingginya tingkat pembatalan pesanan dan biaya operasional tambahan. Hal ini sesuai dengan teori biaya transaksi yang menjelaskan bahwa struktur tata kelola yang tepat dapat menekan biaya pencarian dan penegakan kontrak, tetapi COD justru meningkatkan biaya negosiasi di titik serah terima. Penelitian Gunawan menegaskan bahwa standarisasi prosedur COD diperlukan untuk menekan inefisiensi dan menjaga keberlanjutan sistem pembayaran ini (Gunawan 2023).

Dari perspektif kurir, COD menambah beban kerja karena adanya proses verifikasi dan pembayaran di pintu. Observasi lapangan menunjukkan bahwa waktu layanan per pemberhentian meningkat hingga 20–30% dibandingkan pengantaran dengan metode pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan teori logistik last-mile yang menekankan bahwa efisiensi distribusi ditentukan oleh rute pengiriman dan waktu layanan per pemberhentian (Christopher 2022). Hasan dan Dewi menemukan bahwa COD meningkatkan beban kerja kurir dan menurunkan efisiensi pengantaran, sementara Ramadhan dan Liu menambahkan bahwa optimasi rute dan kebijakan platform dapat memitigasi dampak negatif COD terhadap produktivitas (Jasim, Kasim, and Mahmoud 2022).

Dari sisi kualitas layanan, konsumen menilai bahwa ketepatan waktu pengiriman dan komunikasi kurir menjadi faktor penentu kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori SERVQUAL yang menekankan dimensi reliabilitas dan responsivitas sebagai faktor utama kepuasan pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1988). Lestari menegaskan bahwa kualitas layanan kurir sangat menentukan kepuasan konsumen COD (Adelia et al. 2023), sedangkan Fadhillah dan Wibowo menambahkan bahwa kegagalan satu dimensi layanan dapat menurunkan loyalitas konsumen.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa COD berperan penting dalam mendukung inklusi digital. Konsumen di daerah dengan keterbatasan akses dompet digital atau kartu kredit tetap dapat berpartisipasi dalam transaksi e-commerce melalui COD. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen dalam konteks inklusi digital yang menunjukkan bahwa konsumen dengan keterbatasan akses finansial cenderung memilih metode pembayaran yang minim risiko (Rogers, Singhal, and Quinlan 2014). Hartati dan Nur menegaskan bahwa COD menjadi pilihan utama di wilayah dengan keterbatasan akses digital, sehingga berperan penting dalam memperluas partisipasi pasar (Mayangsari, Hartati, and Widyastuti 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan hipotesis bahwa kepercayaan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap efektivitas COD, sementara risiko operasional berpengaruh negatif. Kualitas layanan kurir dan tata kelola platform terbukti memperkuat efektivitas COD, sedangkan beban logistik menjadi faktor yang melemahkan. Dengan demikian, efektivitas COD merupakan hasil interaksi antara faktor psikologis konsumen, kualitas layanan, efisiensi logistik, serta kebijakan platform.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efektivitas sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam transaksi e-commerce, dapat disimpulkan bahwa COD masih memiliki relevansi yang tinggi sebagai alternatif metode pembayaran di Indonesia. COD terbukti mampu meningkatkan rasa aman konsumen karena pembayaran dilakukan setelah barang diterima, sehingga menurunkan persepsi risiko dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap transaksi daring. Dari sisi penjual, COD efektif dalam memperluas pasar, khususnya bagi konsumen baru yang belum terbiasa dengan pembayaran digital, meskipun terdapat kendala berupa tingginya tingkat pembatalan pesanan dan biaya operasional tambahan.

Bagi kurir, COD menambah beban kerja karena adanya proses verifikasi dan pembayaran di pintu, yang berdampak pada efisiensi logistik last-mile. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas COD tidak hanya bergantung pada faktor kepercayaan konsumen, tetapi juga pada kualitas layanan kurir dan manajemen logistik. Selain itu, COD berperan penting dalam mendukung inklusi digital, terutama di wilayah dengan keterbatasan akses finansial atau literasi digital, sehingga tetap relevan dalam memperluas partisipasi pasar dan mendukung pertumbuhan e-commerce di Indonesia.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan hipotesis bahwa kepercayaan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap efektivitas COD, sementara risiko operasional berpengaruh negatif. Kualitas layanan dan tata kelola platform terbukti memperkuat efektivitas COD, sedangkan beban logistik menjadi faktor yang melemahkan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas COD, diperlukan strategi perbaikan berupa standarisasi prosedur, peningkatan manajemen logistik, serta edukasi konsumen agar sistem pembayaran ini dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam transaksi e-commerce, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk berbagai pihak terkait agar sistem ini dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

Pertama, bagi platform e-commerce, perlu dilakukan standarisasi prosedur COD, termasuk mekanisme verifikasi pesanan, kebijakan pembatalan, serta sistem pengembalian barang. Hal ini penting untuk menekan biaya

transaksi dan mengurangi risiko operasional yang sering terjadi pada titik serah terima. Selain itu, platform juga disarankan untuk meningkatkan edukasi konsumen mengenai prosedur COD agar tidak terjadi miskomunikasi dengan kurir maupun penjual.

Kedua, bagi penjual atau merchant, disarankan untuk lebih selektif dalam menawarkan opsi COD, terutama pada produk dengan nilai tinggi atau risiko pengembalian yang besar. Penjual juga perlu meningkatkan transparansi informasi produk agar konsumen tidak ragu saat menerima barang, sehingga dapat menekan tingkat pembatalan pesanan.

Ketiga, bagi kurir dan perusahaan logistik, perlu adanya pelatihan khusus terkait prosedur COD, termasuk keterampilan komunikasi dengan konsumen dan manajemen waktu pengantaran. Optimalisasi rute pengiriman juga harus diperhatikan agar beban kerja kurir tidak meningkat secara signifikan akibat tambahan proses pembayaran di pintu.

Keempat, bagi pemerintah dan regulator, disarankan untuk memperkuat regulasi terkait perlindungan konsumen dalam transaksi COD, termasuk kepastian hukum atas bukti serah terima dan mekanisme penyelesaian sengketa. Regulasi yang jelas akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung keberlanjutan sistem COD di tengah perkembangan pembayaran digital.

Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian efektivitas COD dengan pendekatan kuantitatif maupun campuran, serta melibatkan lebih banyak variabel seperti faktor budaya, literasi digital, dan perbedaan demografi konsumen. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai relevansi COD dalam ekosistem e-commerce yang terus berkembang..

G. DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Vella, Nelsy Helmilia, Naina Azzahra, and Zul Azmi. 2023. "Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Metode Pembayaran Shopeepay Dan COD Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau." *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi* 1(4):335–46.
- Adilah, Hanifah Nur, Vinda Ardyan Novita, Dita Sri Lestari, and Farah Haibah. 2022. "Beli Online, Bayar Offline: COD Shopee Dan Dampaknya Terhadap Mahasiswa Milenial." *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 6(2):205–24.
- AGUSTIN, TRIA AMANDA ORELY. n.d. "PENGARUH KEAMANAN TRANSAKSI, KETERSEDIAAN ALTERNATIF PEMBAYARAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD) PADA E-COMMERCE SHOPEE."
- Ardiani, Ika. 2025. "Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Kosumen Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kabupaten Batang)."

- Arini, Dini Farhati, Zulqaiyyim Zulqaiyyim, and Yusmarni Djalius. 2025. "Adaptasi Dan Transformasi Ekonomi Digital Di Pasar Tradisional Aur Kuning Bukittinggi Dalam Kajian Sejarah Sosial-Ekonomi (2009-2023)." *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial* 9(1):43–55.
- Ayu, Sivia Nurma, Fatih Fuadi, and Ahmad Hazas Syarif. 2025. "Analisis Perceived Enjoyment Dan Perceived Ease Of Use Untuk Pembayaran Digital Menggunakan Layanan Gopay Pada Masyarakat Di Bandar Lampung." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4(2):4452–66.
- Christopher, Martin. 2022. *Logistics and Supply Chain Management*. Pearson Uk.
- Gunawan, Baskoro. 2023. "Analisis Problematika Dalam Transaksi Cash on Delivery (CoD) Pada Online Marketplace System." *Academos: Jurnal Hukum & Tatahan Sosial* 2(2):190–202.
- Iqbal, Muhammad. 2022. "Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Bakso Pajero Perspektif Ekonomi Islam Analysis Of Implementation Of Digital Payment Systems To Increase Sales UMKM Bakso Pajero In Islamic Economic Perspective."
- Jasim, Noor Islam, Hairoladenan Kasim, and Moamin A. Mahmoud. 2022. "Towards the Development of Smart and Sustainable Transportation System for Foodservice Industry: Modelling Factors Influencing Customer's Intention to Adopt Drone Food Delivery (DFD) Services." *Sustainability* 14(5):2852.
- Junior, Nico Dwi, and Nurul Sriminarti. 2025. "PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY PADA TRANKSAKSI SHOPEE INDONESIA." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 8(1):374–90.
- Luong, Van Dat. n.d. "Factors Influencing E-Commerce Consumer's Adoption Intention Towards Collection-And-Delivery Points (CDPs)–The Case Of Vietnam."
- Maulidza, Lili, Debora Tambunan, Dwi Pertiwi Anggraini, Amin Hou, and Vina Maria Ompusunggu. 2022. "Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Cash On Delivery (Cod), Penanganan Komplain Dan Promosi (Studi Kasus Pada Jne Cabang Merelan)." *Jurnal Regionomic* 4(2):33–45.
- Mayangsari, Ayunda Cahya, Suci Hartati, and Tiyas Vika Widyastuti. 2024. *Tanggung Jawab Hukum Dalam Keterlambatan Pembayaran Pinjaman Online Sistem Revolving*. Penerbit NEM.
- Mulyana, Sabrina Faiza Hana. 2025. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Transparansi, Kepercayaan, Dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Linkaja Syariah Pada Kalangan Generasi Z Dan Kalangan Generasi Milenial Di Yogyakarta."
- Nia, Nia. 2023. "Analisis Keefektifan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD) Di E-Commerce Indonesia." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5(2):1–4.
- Parasuraman, ABLL, Valarie A. Zeithaml, and Leonard Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." 1988 64(1):12–40.
- Perujukan, Saran. 2022. "Evaluasi Sistem Cash On Delivery: Demi Meningkatkan Kepastian Hukum Dalam Perkembangan Transaksi Elektronik Di

Indonesia." *History* 2(2).

Rogers, Everett M., Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan. 2014. "Diffusion of Innovations." Pp. 432–48 in *An integrated approach to communication theory and research*. Routledge.

Rojabi, Muhammad Afdan. 2025. *Segari: Revolusi Pangan Digital Dari Kebun Ke Dapur*. Afdan Rojabi Publisher.

Safitri, Anisa, Agustina Eka Harjanti, and Darsin Darsin. 2025. "Efektivitas Fitur Cash on Delivery (COD) Dan Keamanan Dalam Mengatasi Masalah Pembayaran Di Shopee." *Jurnal Bisnis Digital Dan Entrepreneur (BISENTER)* 3(2):368–79.

Siahaan, Albert Lodewyk Sentosa, Hastin Umi Anisah, Novy Anggraini, Handini Widyastuti, Reva Yuliani, Christina Bagenda, Neneng Susanti, Vincentia Wahyu Widajatun, Abdurrohman Abdurrohman, and Gina Apriyani Nurunnisha. 2023. "E-Commerce."