

**PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM DAN *CASH ON DELIVERY* (COD)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA
E-COMMERCE LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

LISTIANA ANGGRAINI
20012010190/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM DAN CASH ON DELIVERY (COD)

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA
E-COMMERCE LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

LISTIANA ANGGRAINI
20012010190/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM DAN *CASH ON DELIVERY* (COD)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA
E-COMMERCE LAZADA DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

LISTIANA ANGGRAINI

20012010190/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 14 Januari 2025**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIPPPK. 196901132021212003


Drs. Ec. Supriyono, SE, MM.
NIP. 196106261988031001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Listiana Anggraini

NPM : 20012010190

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi / Tugas Akhir : Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Dan *Cash On Delivery* (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 15 Januari 2025

Yang Menyatakan



(Listiana Anggraini)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Dan *Cash On Delivery* (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya banyak menemukan kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat doa, bimbingan, dukungan, dan arahan berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik dan benar. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu menyelesaikan penyusunan proposal ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M.MT, CHRA. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dosen Wali yang sedari awal perkuliahan hingga sekarang telah memberikan arahan serta nasihat kepada penulis selama ini.
6. Bapak Drs. Ec. Supriyono, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memberikan arahan serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Bapak ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah berkenan memberikan ilmunya selama kuliah dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Hermanto dan Ibu Katini selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan moril, materil, serta doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis selama kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat dan motivasi yang besar kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Rizka Maulidah, Nur Imro’atus Solikha, Dhea Yulfiana, dan Maretha Esti Nur Aini sebagai sahabat baik penulis yang selalu ada dan menghibur penulis serta memberikan semangat dan saran selama penyusunan skripsi ini.
11. Ainan Salsabila, Maulita Ayubi Rahma dan Bernika Maura Alfionita yang telah memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama kuliah.

12. Semua teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga kita bisa dipertemukan lagi dengan kesuksesan masing-masing.

13. Terakhir, terima kasih teruntuk diri sendiri karena mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena terus berusaha dengan kuat dan tegar. Semoga dengan proses ini bisa menjadi pengantar yang baik untuk kehidupan selanjutnya. Tetap bersyukur dan berusaha menjadi orang baik.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan baik dari segi teknis maupun penyusunan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 25 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	20
2.2.4 Gratis Ongkos Kirim.....	22
2.2.5 Metode Pembayaran	24
2.2.6 <i>Cash On Delivery</i> (COD)	25
2.2.7 Keputusan Pembelian	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Hubungan gratis ongkos kirim Terhadap Keputusan Kembelian	32
2.3.2 Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (COD) terhadap keputusan pembelian	33
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39

3.2.2 Sampel	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.4.1 Uji Validitas	42
3.4.2 Uji Realibilitas	42
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	43
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.2 Cara Kerja PLS	44
3.5.3 Langkah Kerja PLS.....	44
3.5.4 Asumsi PLS	53
3.5.5 Ukuran Sampel	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	57
4.2.2 Karakteristik Responden.....	57
4.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis	64
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran	64
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1 Pengaruh gratis ongkos kirim Terhadap keputusan pembelian.....	74
4.4.2 Pengaruh <i>cash on delivery</i> Terhadap keputusan pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Retail Situs Jual Beli <i>Online</i> Tahun 2021-2024	4
Tabel 1.2 Perbedaan Ketentuan Biaya Layanan Cash On Delivery (COD).....	11
Tabel 3.1 Skala Likert.....	38
Tabel 3.5 Gambar Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Jawaban Responden Gratis Ongkos Kirim	59
Tabel 4.4 Jawaban Responden <i>Cash On Delivery</i> (COD).....	61
Tabel 4.5 Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.6 <i>Outer Loading (Mean, Stdev, T-Values)</i>	65
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted</i>	67
Tabel 4.8 <i>Composite Reability</i>	67
Tabel 4.9 <i>Latent Variabel Corelatios</i>	68
Tabel 4.10 <i>R-square</i>	71
Tabel 4.11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Value, P-Value).....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran II. Tabel Hasil Kuesioner	90
Lampiran III. Hasil Olah Data SmartPLS	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 1.2 <i>E-Commerce</i> Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023	5
Gambar 1.3 <i>E-Commerce</i> dengan nilai transaksi Bruto/GMV terbesar di Asia tenggara 2023	6
Gambar 1.4 Faktor Pendorong Belanja Online	7
Gambar 1.5 Voucher Gratis Ongkos Kirim Lazada	8
Gambar 1.6 Ulasan mengenai program gratis ongkos kirim	8
Gambar 1.7 Ulasan mengenai program gratis ongkos kirim	9
Gambar 1.2 Perbedaan Ketentuan Biaya Layanan <i>Cash On Delivery</i> (<i>COD</i>)	20
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3.5 Diagram Jalur <i>Partial least Square</i>	46
Gambar 4.1 Outer Model Dengan Nilai <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficients</i> Dan <i>R-Square</i>	69
Gambar 4.2 <i>inner model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	70

**PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM DAN *CASH ON DELIVERY* (COD)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA
E-COMMERCE LAZADA DI SURABAYA**

Oleh :

LISTIANA ANGGRAINI
20012010190/FEB/EM

ABSTRAK

Di era industri digital ini, perilaku konsumen dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan sistem informasi. Seiring berkembangnya kehidupan manusia, teknologi pun ikut berperan. Hubungan antar manusia di berbagai belahan dunia juga dipermudah dengan pesatnya pertumbuhan teknologi informasi di berbagai bidang informasi saat ini. Lazada adalah salah satu teknologi informasi yang memudahkan konsumen dalam hal berbelanja online.

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* Lazada di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah pengguna Lazada. Sementara sampel penelitian yaitu pengguna *e-commerce* Lazada di Surabaya. Peneliti menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dengan jumlah 130 responden yang terdiri dari usia 17-35. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gratis Ongkos Kirim memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, *cash on delivery* (COD) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan gratis ongkos kirim dan Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Cash On Delivery* (COD), Gratis Ongkos Kirim; Keputusan Pembelian