

---

## Pengaruh Pembayaran Secara *Cash On Delivery* Pada *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian

Sulastris\*

Universitas 'Aisyiyah Surakarta, Indonesia  
Email: *lastri090501@gmail.com*

Diterima : 24-12-2024

Direvisi : 04-01-2025

Dipublikasikan : 22-01-2025

---

### **Abstract.**

*This research is motivated by the increasingly sophisticated payment methods in the world of digitalization for carrying out online transactions, one of which is cash on delivery payments. In this case, e-commerce users such as Shopee do not mean they do not have obstacles or problems in every transaction. The aim of this research is to find out how cash on delivery payments in e-commerce influence the purchasing decisions of each Shopee customer, especially in Yogyakarta and Lampung areas. The method used in this research uses a quantitative approach. In this case the data collection technique is to create several questions via Google form, then distribute them via WhatsApp. The results of the questionnaire were 104 respondents. From the results of the answers Respondents found that the majority of e-commerce users such as Shopee purchase products/services using the cash on delivery payment method. This proves that cash on delivery payments greatly influence purchasing decisions on e-commerce. Cash on delivery payment methods ( COD) is also the reason why many people are interested in online buying and selling. The payment process is carried out on the spot so as to provide convenience to the public for various groups.*

**Keywords:** *Payment, COD, Purchasing Decision*

### **Abstrak.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin canggihnya metode pembayaran dalam dunia digitalisasi untuk melakukan transaksi secara online salah satunya yaitu pembayaran secara cash on delivery. Dalam hal ini para pengguna e-commerce seperti shopee bukan berarti tidak memiliki kendala-kendala atau permasalahan dalam setiap transaksinya. **Tujuan** dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pembayaran secara cash on delivery pada e-commerce terhadap keputusan pembelian pada setiap pelanggan shopee khususnya di daerah Yogyakarta dan Lampung. **Metode** yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam hal ini teknik pengumpulan datanya yaitu membuat beberapa pertanyaan melalui google form, lalu menyebarkannya melalui whatsapp. Hasil kuisioner terdapat 104 responden. **Hasil** jawaban responden menemukan bahwa mayoritas pengguna e-commerce seperti shopee melakukan pembelian produk/jasa dengan menggunakan metode pembayaran secara cash on delivery. Hal ini membuktikan bahwa pembayaran secara cash on delivery sangat mempengaruhi suatu keputusan pembelian pada e-commerce. Metode pembayaran secara cash on delivery (COD) juga menjadi alasan banyaknya peminat dari jual beli online. Proses pembayaran yang dilakukan ditempat sehingga memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berbagai kalangan.

**Kata Kunci:** *Pembayaran, COD, Keputusan Pembelian*

---

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi yang cepat pasti memaksa setiap organisasi untuk meningkatkan kualitas setiap penawaran yang mereka berikan. Konsumen menjadi semakin cerdas dalam memilih produk dan dengan demikian memaksa perusahaan untuk mengembangkan penawaran yang sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Internet telah menghadirkan cara dan peluang baru dalam bisnis. Banyak aspek yang harus dipertimbangkan dengan kehadiran e-commerce yang sebelumnya mungkin belum pernah ada dalam praktik bisnis konvensional. Meskipun semakin banyak pengguna e-commerce hal ini tidak bisa diartikan bahwa transaksi e-commerce telah sepenuhnya aman. Situasi ini semakin diperburuk oleh persaingan yang ketat di antara perusahaan, karena masing-masing berusaha untuk memperkenalkan inovasi untuk mempertahankan pelanggan dan memastikan kelanjutan bisnis.

Meningkatkan penjualan produk dan layanan untuk mencapai keberlanjutan perusahaan dapat difasilitasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Berbagai Layanan jual beli barang dan jasa berbasis teknologi sudah mulai bermunculan, Mulai dari platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak, Hingga layanan transportasi online seperti Gojek dan Grab; bahkan aplikasi Berbasis media sosial juga melakukan hal yang sama, seperti Instagram Shop, Facebook Shop, hingga TikTok Shop (Gat, 2019). Penggunaan media sosial Shopee Sangat ideal digunakan untuk pemasaran barang dan jasa yang membuat dunia bisnis. Salah satu perkembangan teknologi yang begitu besar yaitu pada transaksi jual beli. Masyarakat sekarang terbiasa berbelanja melalui platform yang disediakan yaitu marketplace yang salah satunya ialah Shopee itu sendiri. Penawaran pembayarannya pun sangat beragam salah satunya dengan metode Cash On Delivery (COD).

E-commerce berfungsi sebagai platform yang memanfaatkan data yang luas dan jaringan online untuk keperluan pembelian, penjualan, pengiriman, atau perdagangan informasi, produk, atau jasa Indonesia. Kemajuan e-commerce sendiri telah mengalami percepatan yang signifikan selama empat tahun terakhir, dengan tingkat pertumbuhan 500%. Fenomena ini dibuktikan oleh penelitian Google yang menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce Indonesia telah melonjak menjadi 27 miliar dolar AS, setara dengan 391 triliun rupiah (Rahayu, 2019). Seperti yang dinyatakan oleh Halaweh (2018), cash on delivery (COD) berfungsi sebagai mekanisme pembayaran yang berdampak pada perilaku pembelian konsumen dengan menanamkan perasaan aman, privasi, dan kepercayaan, sehingga menempatkan layanan COD dalam domain faktor psikologis seperti keyakinan dan sikap. Menurut Himayati (2008:34), ongkos kirim mengacu pada biaya yang terkait dengan pengiriman barang atau jasa yang ditanggung oleh penjual selama transaksi, dengan biaya pengiriman diteruskan ke konsumen. COD merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat Setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli. Sistem pembayaran ini telah digunakan oleh Beberapa pelaku usaha yang memiliki pembeli di kota yang sama dengan penjual, namun Penjual tersebut tidak memiliki toko offline.

Tujuan dari sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) adalah untuk memfasilitasi pembayaran bagi pembeli tanpa memerlukan rekening bank atau kartu kredit, terutama dalam kasus di mana kedekatan dengan gerai mitra seperti Alfamart dan Indomaret kurang. Meskipun demikian, sering muncul contoh mengenai penggunaan sistem pembayaran COD, yang mengakibatkan kerugian finansial bagi pembeli karena perbedaan dalam barang yang diterima dan kurir bertanggung jawab ketika barang yang dikirim tidak selaras dengan representasi yang ditampilkan di platform E-commerce atau berbeda dari produk yang dipesan semula dalam aspek seperti ukuran, warna, atau jenis. Berbagai metode pembayaran yang disediakan sangat beragam. Di antaranya adalah mekanisme pembayaran Cash On Delivery (COD), di mana pembayaran dilakukan secara langsung setelah menerima pesanan dari kurir. Tujuan utama menggunakan sistem pembayaran tunai pada pengiriman adalah untuk memfasilitasi pembayaran bagi konsumen di titik pengiriman, terlepas dari kepemilikan

akun atau kartu kredit mereka. Ini sangat relevan untuk perusahaan e-commerce yang bekerja sama dengan platform e-commerce seperti alfamart dan indomart.

Namun, dalam beberapa kasus pembayaran dengan sistem cash on delivery sering menimbulkan kasus. Contohnya yaitu ketidaksesuaian barang yang dibeli konsumen terhadap gambar yang mereka lihat di platformnya. Dengan demikian ketidaktahuan konsumen bahwa kurir itu bertugas hanya mengantarkan paket saja akan menjadi sasaran kekesalan si konsumen tersebut, akhirnya timbulah keributan antara konsumen dan kurir paket tersebut. Berbeda dengan penyelidikan terpisah yang dilakukan oleh Margaretha & Pambudhi (2015) yang juga meneliti pemahaman siswa tentang ekonomi dalam civitas akademik, menunjukkan bahwa literasi keuangan siswa dikategorikan rendah. Temuan ini menyimpulkan bahwa siswa perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang masalah keuangan pribadi, terutama di bidang investasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh Pembayaran Secara Cash on Delivery (COD) pada E-commerce terhadap Keputusan Pembelian" menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana peneliti menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuisioner untuk mengumpulkan data dari pengguna Shopee di berbagai daerah dengan cara membuat google form lalu menyebarkannya melalui whatsapp.

Teknik pengambilan kuisioner ini dilakukan dengan beberapa tahap yakni:

1. Membuat beberapa pertanyaan melalui google form
2. Peneliti akan menyebarkan google form melalui media sosial seperti whatsapp dan mulai menyebarkannya melalui whatsapp
3. Peneliti akan menyaring dan mencermati semua jawaban yang masuk dan mulai menganalisa data dan fakta.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah di kota Yogyakarta. Selain kota Yogyakarta penulis juga menyebarkan kuisioner melalui whatsapp di daerah Lampung, sehingga jangkauan kuisioner ini semakin meluas

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer yang dimana jenis data primer ini merupakan penelitian yang dilakukan secara online dengan cara menyebarkan sebuah kuisioner melalui media sosial seperti whatsapp. Sumber data penelitian ini ialah semua responden yang sudah mengisi google form.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

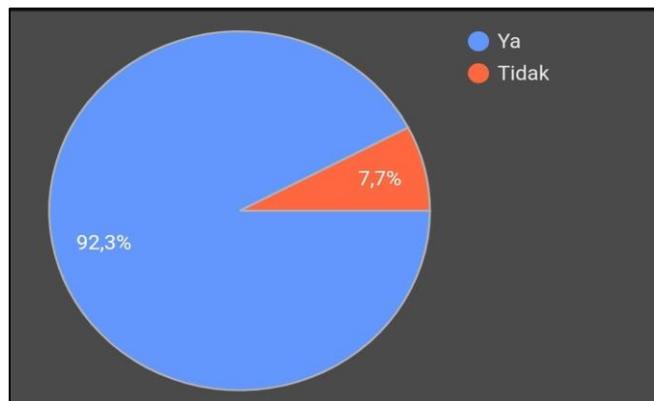
### **Deskripsi Responden**

Responden dalam penelitian ini didapat melalui hasil dari penyebaran kuisioner melalui fasilitas google form. Berdasarkan kuisioner yang disebar melalui google form tersebut terdapat 104 responden yang mengisi kuisioner tersebut. Dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan 8 (delapan) kriteria. Kriteria-kriteria yang dimaksud ialah :

1. Pembelian menggunakan COD
2. Alasan utama memilih pembayaran COD
3. Pengalaman pengiriman barang menggunakan sistem COD
4. Masalah yang dialami menggunakan sistem pembayaran COD
5. Pengaruh COD terhadap keputusan pembelian
6. Akan merekomendasikan COD kepada orang lain

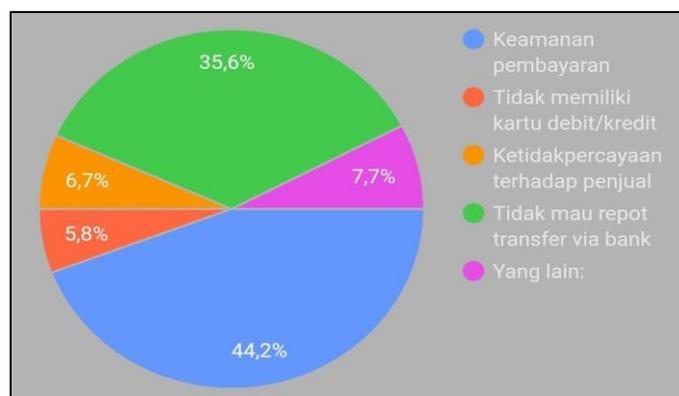
7. Sering atau tidaknya menggunakan pembayaran menggunakan metode COD

Dari hasil penelitian didapat bahwa pembelian di marketplace seperti shopee maupun di marketplace lainnya menunjukkan bahwa para pengguna e-commerce tersebut kebanyakan memilih menggunakan metode pembayaran secara cash on delivery (cod). Dalam hal ini para responden memiliki alasan mengapa mereka menggunakan sistem COD yaitu karena alasan keamanan saat pembayaran sehingga para konsumen merasa puas dalam menggunakan sistem COD tersebut. Namun dalam hal ini tak sedikit para konsumen mengalami keterlambatan saat pengiriman barang maupun barang yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi di toko tersebut sehingga tak jarang para konsumen merasa kecewa terhadap barang tersebut. Selain itu para konsumen juga akan merekomendasikan pembayaran secara COD tersebut dikarenakan selain keamanan sistem pembayaran COD tersebut sangat praktis karena biasanya jika tidak sesuai deskripsi akan langsung dikembalikan kekurirnya.



Gambar 1.  
responden melakukan pembelian menggunakan pembayaran COD

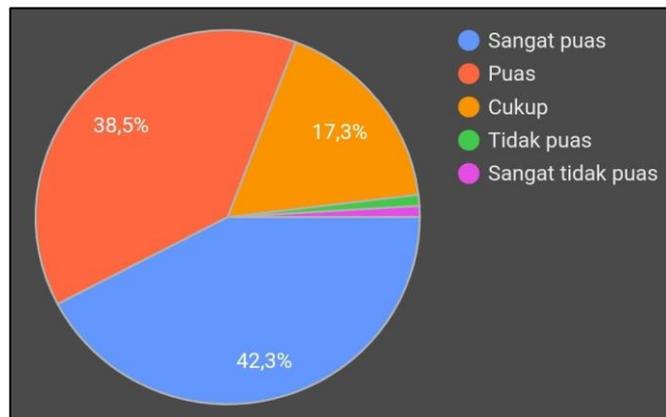
Gambar 1. menunjukkan bahwa apakah responden pernah melakukan pembelian di shopee menggunakan sistem COD?. Dalam kuisisioner tersebut didapat hasil dari 104 responden 92,3% memilih YA dan 7,7% memilih TIDAK. Hal ini sejalan dengan data similarweb yang menyatakan bahwa platform shopee memiliki pengunjung sebesar 235,9 juta terhitung sampai bulan february 2024 disusul dengan tokopedia, lazada, blibli dan urutan terakhir yaitu bukalapak.



Gambar 2.  
responden dengan alasan utama menggunakan sistem COD

Gambar 2. menunjukkan hasil dari pertanyaan alasan utama responden memilih pembayaran COD saat berbelanja di Shopee. Hasilnya dari 104 responden yang mengisi 44,2% memilih keamanan pembayaran, 36,6% memilih tidak mau repot transfer via bank, 7,7% yang lain (tanpa memberikan

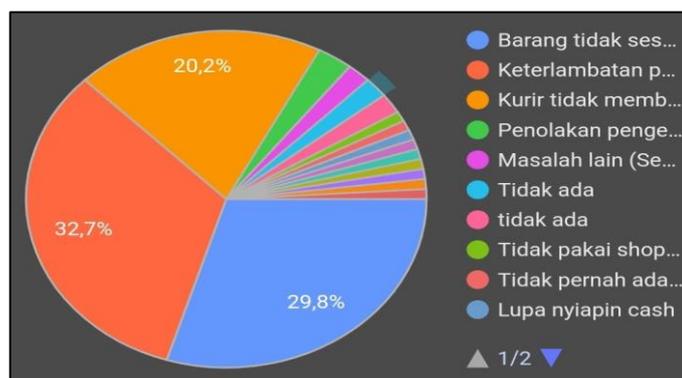
keterangan), 6,7% memilih ketidakpercayaan terhadap penjual dan 5,8% memilih tidak memiliki kartu debit/kredit. Hal ini menunjukkan bahwa banyak para konsumen memilih pembayaran COD karena untuk keamanan pembayaran. Sama halnya dengan data yang disurvei oleh jakput dalam artikel databox yang menyatakan bahwa 52% penduduk Indonesia memilih metode pembayaran secara cash on delivery dengan alasan bahwa metode cash on delivery itu lebih sederhana daripada metode-metode pembayaran lainnya.



Gambar 3.

pengalaman responden terhadap pengiriman barang menggunakan sistem COD

Gambar 3. menunjukkan bahwa dari 104 responden 42,3% merasa sangat puas terhadap pengiriman barang menggunakan sistem pembayaran COD, 38,5% merasa puas terhadap pengiriman menggunakan metode COD, 17,3% merasa cukup, 1% merasa tidak puas dan 1% merasa sangat tidak puas terhadap pengiriman barang menggunakan metode pembayaran COD. Hal ini menunjukkan bahwa dari 104 responden merasa sangat puas terhadap pengiriman barang yang menggunakan metode pembayaran COD.

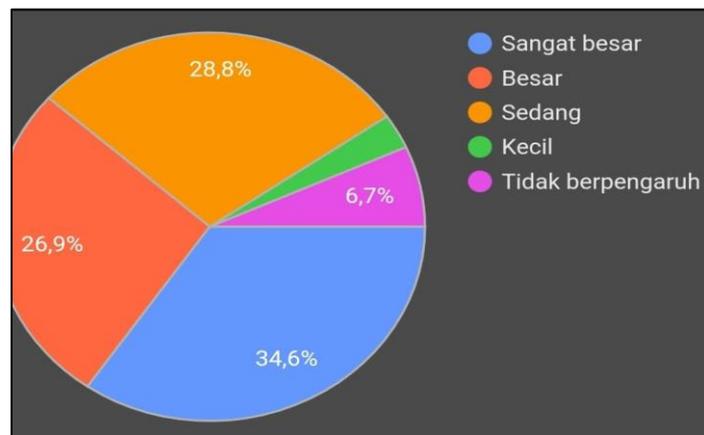


Gambar 4.

responden yang pernah atau tidak mempunyai masalah terhadap sistem COD

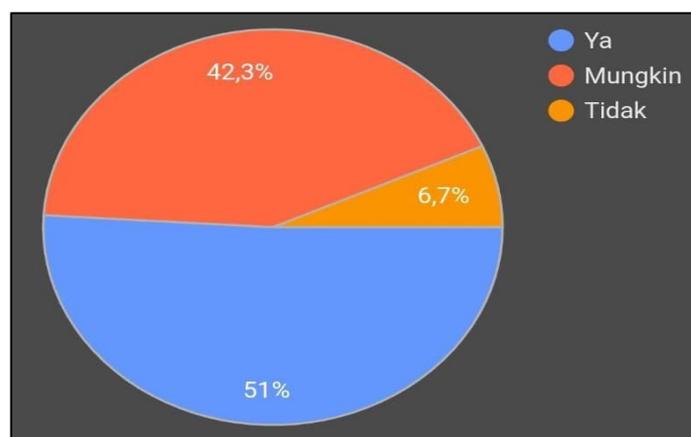
Gambar 4. menunjukkan hasil dari 104 responden yang mengisi pertanyaan apakah ada masalah dengan sistem COD di Shopee. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 104 responden 32,7% para responden pernah mengalami masalah yaitu keterlambatan pengiriman barang, 29,8% memiliki masalah bahwa barang tidak sesuai dengan deskripsi di toko, 20,2% memilih kurir tidak membawa kemasannya, 2,9% memilih karena penolakan pengembalian barang, 1,9% memilih masalah lain, 1,9% tidak ada, 1% memberikan alasan bahwa tidak pernah ada masalah, 1% lupa nyiapin cash, 1% tidak, 1% barang penyok, 1% belum pernah COD, 1% terkadang tidak ada ditempat. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai macam

masalah yang responden atau pengguna shopee alami pada metode COD, namun yang sering dialami responden yaitu keterlambatan dalam pengiriman barang. Hal ini sejalan dengan SAP Express dalam artikelnya menyatakan bahwa salah satu kekurangan COD adalah adanya resiko kerusakan barang, keterlambatan pengiriman, dan terdapat resiko ketidaksesuaian deskripsi dengan barang yang dikirimkan sehingga hal itu menjadi faktor kunci munculnya komplain dari pembeli.



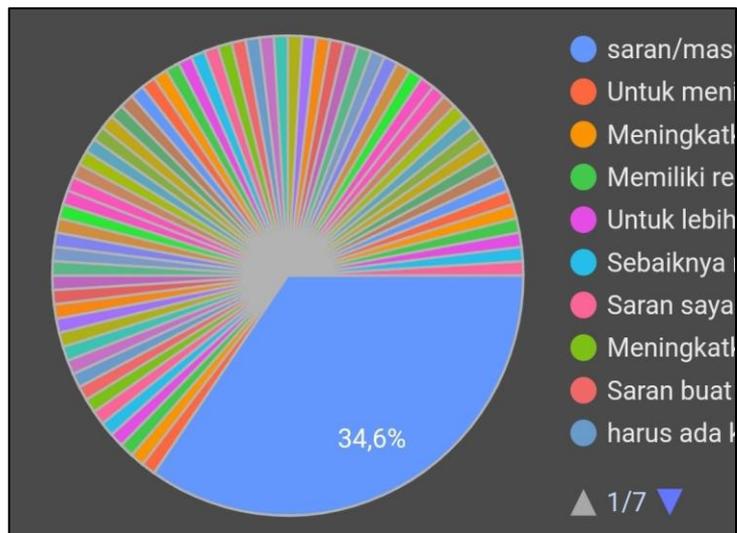
Gambar 5.  
seberapa besar pengaruh pembayaran COD terhadap keputusan pembelian

Gambar 5. menunjukkan presentase pengaruh penggunaan metode cash on delivery (COD) terhadap keputusan pembelian sangat besar yaitu 34,6% dari 104 responden, 28,8% memilih sedang, 26,9% memilih besar, 6,7% tidak berpengaruh dan 2,9% memilih kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian Ayu Priska Pasaribu yang menjelaskan bahwa sistem pembayaran COD berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Medan, metode pembayaran Cash On Delivery (COD) dan gratis ongkos kirim secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Medan.



Gambar 6.  
responden apakah akan merekomendasikan sistem pembayaran COD kepada orang lain.

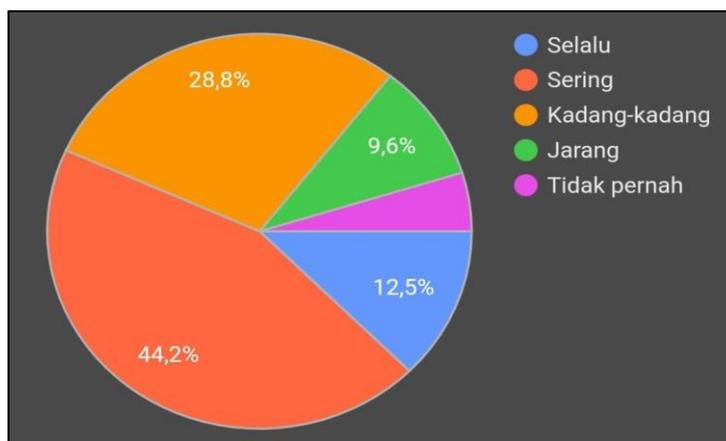
Gambar 6. menunjukkan bahwa dari 104 responden 51% akan merekomendasikan pembayaran dengan menggunakan sistem COD kepada orang lain sedangkan 42,3% memilih mungkin akan merekomendasikan sistem COD dan 6,7% memilih tidak. Hal ini menunjukkan bahwa para pengguna shopee merasa aman dan nyaman terhadap pembayaran COD dan akan merekomendasikan kepada para konsumen atau pengguna shopee lainnya.



Gambar 7.

saran atau masukan terhadap shopee untuk meningkatkan pelayanan COD.

Gambar 7. menunjukkan bahwa 100% responden mempunyai saran atau masukan terhadap aplikasi shopee agar dapat meningkatkan pelayanan COD.



Gambar 8.

seberapa sering menggunakan sistem COD saat belanja di shopee

Gambar 8. menunjukkan bahwa dari 104 responden terdapat 44,2% menggunakan sistem cod di shopee sering, 28,8% kadang-kadang, 12,5% selalu 9,6% jarang dan 4,8% tidak pernah. Hal ini menunjukkan bahwa dari 104 responden yang mengisi ternyata mereka sering menggunakan sistem pembayaran cod pada saat belanja di marketplace shopee.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang diuraikan maka dapat diambil kesimpulan :

1. Transaksi jual beli online dengan sistem pembayaran COD pada marketplace seringkali menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha dan dibutuhkannya perlindungan hukum bagi pelaku usaha.
2. Metode pembayaran secara cash on delivery (COD) juga menjadi alasan banyaknya peminat dari jual beli online.

3. Proses pembayaran yang dilakukan ditempat sehingga memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berbagai kalangan. Maka saat ini toko online diberbagai e-commerce berlomba-lomba menyediakan fasilitas metode pembayaran COD ini.
4. Akuntabilitas dalam jual beli online melalui Shopee juga dikedepankan, dengan perwujudan konsumen bisa mengembalikan barang jika terjadi cacat atau kerusakan pada barang yang dibeli, namun tentunya melalui beberapa proses, hal itu yang membuat konsumen lebih baik menerima barang daripada harus mengurus pengembalian.
5. COD mempermudah transaksi untuk konsumen yang tidak terjangkau oleh sistem pembayaran digital, metode ini juga memiliki kelemahan. Kelemahan utama termasuk risiko penipuan, pengelolaan uang tunai yang sulit, dan potensi keterlambatan dalam aliran kas untuk pengecer.

### **Saran**

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat memahami dan mencermati bagaimana alur pembayaran menggunakan metode Cash On Delivery.
2. Disarankan untuk pengguna aplikasi Shopee dengan metode pembayaran cash on delivery (COD) agar dapat bijak dalam melakukan transaksi atau memilih metode-metode pembelian dan juga lebih teliti ketika melakukan pembelian secara online dengan melihat review-review ditoko yang akan dibeli tersebut.
3. Diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arfah, Yenni. Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- ARFAH, Yenni. Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Aceh, B. (n.d.). SKRIPSI PEMAHAMAN LITERASI SISTEM COD ( Cash On Delivery) PADA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.
- Andriani, E. R., Pujianto, A., & Andayani, S. (n.d.). Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. *Bisnis Berbasis E-Commerce*, P.,
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (CMS) Untuk (Vol. 1, Issue 2).
- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Jamaludin, Achmad, Zainul Arifin, and Kadarismasn Hidayat. "Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 21.1 (2015). Kediri. Cendekia : *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Komalasari, D., & Seprina, I. (2018). PENERAPAN E-COMMERCE PADA TOKO MAWAR SONGKET PALEMBANG BERBASIS WEB. In *Jurnal Ilmiah Betrik* (Vol. 09, Issue 01).
- Lintangsari, Nastiti Ninda, et al. "Analisis pengaruh instrumen pembayaran non-tunai terhadap stabilitas sistem keuangan di Indonesia." *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* 1.1 (2018): 47-62.
- Lestari, F. D., Ibrahim, M., Ghufron, S., & Mariati, P. (2021). Pengaruh Budaya Literasi terhadap Hasil Belajar IPA di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5087–5099. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1436>
- Lisnawati, I., & Ertinawati, Y. (2019). LITERAT MELALUI PRESENTASI (Vol. 1, Issue 1).
- Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. "Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 1. No. 1. 2019.
- Navida, I., Rasiman, Prasetyowati, D., & Nuriafuri, R. (2023). Kemampuan Literasi Membaca Peserta

- Didik Pada Muatan Bahasa Indonesia Kelas 3 di Sekolah Dasar. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(2), 1034–1039. <https://doi.org/10.31949/educatio.v9i2.4901> NUANSA INFORMATIKA, 12. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Rokfa, Afida Ainur, et al. "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash on Delivery (Cod) Pada Media E-Commerce." *Jurnal Bina Mulia Hukum* 6.2 (2022): 161-173
- Riswandi, Dedi. "Transaksi on-line (e-commerce): peluang dan tantangan dalam perspektif ekonomi Islam." *Jurnal Econetica* 1.1 (2019): 1-13.
- Rehatalanit, Y. L. R. "Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5 (2021).
- Suhardi, Mutia Aprizki, et al. "Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhur." *Jurnal Dehasen Mengabdi* 2.2 (2023): 101-106.
- Subhan, A., & Brawijaya, U. (n.d.). ANALISIS FRAUD SISTEM PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY PADA PERUSAHAAN HONESTBEE Disusun oleh. Sujarwo, R. S. (2019). APLIKASI SISTEM PEMBAYARAN ADMINISTRASI KULIAH DI UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO.
- Sukma Addryani Utami Bohalima, O., Hanum, F., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). IMPLEMENTASI METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI TIK TOK. In Online) *Journal of Educational and Language Research* (Vol. 1, Issue 12). <http://bajangjournal.com/index.php/JOEL>
- Usman, Rachmadi. "Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran." *Yuridika* 32.1 (2017): 134.
- Ummah, L. D. (2018). RANCANG BANGUN E-COMMERCE PADA TOKO KERUDUNG NURI COLLECTION BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. *JURNAL*
- Yenni Arfah, SE.,M.Ak. Keputusan Pembelian Produk  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nTxIEAAAQBAJ&oi=fnd&dq=info:meI8UaKYUuUJ:scholar.google.com/&ots=9nAVocvred&sig=OwJDXc2AiNWZsMF429vPh3VpSHA&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nTxIEAAAQBAJ&oi=fnd&dq=info:meI8UaKYUuUJ:scholar.google.com/&ots=9nAVocvred&sig=OwJDXc2AiNWZsMF429vPh3VpSHA&redir_esc=y)