

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN,  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN METODE  
PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY (COD) E-COMMERCE*  
PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Heru Cokro Hadiano**

**201810325216**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) *E-Commerce* Pada Generasi Milenial Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Heru Cokro Hadiano

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325216

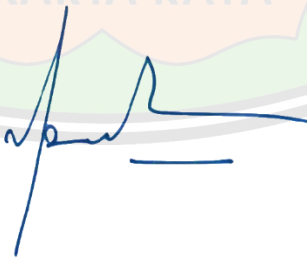
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E.,M.M.

NIDN : 0314118601

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) *E-Commerce* Pada Generasi Milenial Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Heru Cokro Hadiano

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325216

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2022

Jakarta, 22 juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Buss., Acc., Ph.D.

NIDK: 8994330021

Penguji I : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, MBA

NIDN: 0325027901

Penguji II : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.

NIDN : 0314118601

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.pd., M.M

NIDN: 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN: 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Metode Pembayaran *Cash on Delivery* (COD) *E-Commerce* Pada Generasi Milenial Di Kota Bekasi”. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 23 Juni 2022

Yang membuat Pernyataan



The image shows a handwritten signature in blue ink over a yellow revenue stamp. The stamp is for 10,000 Rupiah and includes the text 'METERAI TEMPEL' and a serial number 'B9C9EAJX857710074'.

Heru Cokro Hadianito

208101325216

## ABSTRAK

**Heru Cokro Hadiano, 201810325216.** Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) *E-Commerce* pada Generasi Milenial di Kota Bekasi.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 131 orang responden yang berusia milenial, pengguna metode pembayaran *Cash on Delivery* di *E-Commerce* yang sudah lebih dari 1 tahun di Kota Bekasi. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0 untuk menguji hipotesis dan kelayakan metode penelitian. Hasil Menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dan variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada generasi milenial di Kota Bekasi dan hanya pada pengguna metode pembayaran *Cash on Delivery* di platform *E-Commerce*. Hal ini dapat dijadikan saran untuk peneliti selanjutnya. Keterbacaan dalam penelitian ini menggabungkan variabel promosi, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan pada satu model penelitian yang dilakukan pada generasi milenial di Kota Bekasi pengguna metode pembayaran *Cash on Delivery E-Commerce*.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery*, Generasi Milenial**

## ***ABSTRACT***

**Heru Cokro Hadiano, 201810325216.** *The Influence of Promotion, Service Quality, Ease of Use and Trust on Decisions to Use Cash on Delivery (COD) E-Commerce on Millennial Generation in Bekasi City.*

*The research methodology used is a quantitative descriptive approach. The number of samples in this study were 131 respondents who were millennial, users of the Cash on Delivery in E-Commerce who had been more than 1 year in Bekasi City. The analytical tool in this study uses the SmartPLS (Partial Least Square) 3.0 application to test the hypothesis and the feasibility of the research method. The results show that the Promotion variable has a positive and significant effect on the Use Decision, the Service Quality variable has a negative and significant effect on the Usage Decision, the Ease of Use variable has a negative and significant effect on the Usage Decision and the Trust variable has a positive and significant impact on the Usage Decision.*

*This research has a limited object of research which is only carried out on the millennial generation in Bekasi City and only on users of the Cash on Delivery platform E-Commerce. This can be used as a suggestion for further researchers. The novelty in this study combines the variables of promotion, service quality, ease of use and trust in usage decisions in a research model conducted on the millennial generation in Bekasi City using the Cash on Delivery E-Commerce .*

**Keywords:** *Promotion, Service Quality, Ease of Use, Trust, Decision to Use Cash on Delivery payment method, Millennial Generation*



## PRAKATA

Puji serta syukur kehadiran Allah Swt atas terselesaikannya penulisan Skripsi dengan Judul: **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Metode Pembayaran *Cash on Delivery* (COD) *E-Commerce* Pada Generasi Milenial di Kota Bekasi”**

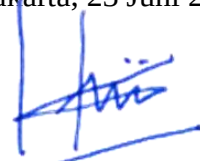
Dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran, serta fasilitas yang membantu hingga akhir dari penulisan penelitian laporan ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dan saran selama penelitian.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Kepada orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dorongan moril, material dan spiritual.
7. Seluruh teman-teman dan kerabat yang berada di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga masih terdapat banyak kekurangan. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 23 Juni 2022



Heru Cokro Hadiano

NPM : 201810325216





## DAFTAR ISI

|                                                               |             |
|---------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                   | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                                | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                         | <b>vi</b>   |
| <b>PRAKATA .....</b>                                          | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                        | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                      | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                     | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                             | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                       | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang.....                                    | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                  | 7           |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                                 | 8           |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....                                | 9           |
| 1.5    Batasan Penelitian .....                               | 9           |
| 1.6    Sistematika Penulisan.....                             | 9           |
| <b>BAB II .....</b>                                           | <b>11</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                 | <b>11</b>   |
| 2.1    Landasan Teori .....                                   | 11          |
| 2.1.1    Pengertian Keputusan.....                            | 11          |
| 2.1.2    Promosi .....                                        | 13          |
| 2.1.3    Kualitas Pelayanan .....                             | 15          |
| 2.1.4    Kemudahan Penggunaan.....                            | 18          |
| 2.1.5    Kepercayaan.....                                     | 20          |
| 2.1.6    Metode Pembayaran <i>Cash on Delivery</i> (COD)..... | 22          |
| 2.1.7    Generasi Milenial.....                               | 23          |

|                              |                                                                   |           |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2                          | Penelitian Terdahulu.....                                         | 24        |
| 2.3                          | Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya .....                      | 26        |
| 2.4                          | Kerangka Pemikiran .....                                          | 27        |
| 2.5                          | Hipotesis .....                                                   | 27        |
| 2.5.1                        | Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan .....              | 27        |
| 2.5.2                        | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan .....   | 28        |
| 2.5.3                        | Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ..... | 28        |
| 2.5.4                        | Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan .....          | 29        |
| <b>BAB III</b>               | .....                                                             | <b>30</b> |
| <b>METODELOGI PENELITIAN</b> | .....                                                             | <b>30</b> |
| 3.1                          | Desain Penelitian.....                                            | 30        |
| 3.2                          | Tahapan Penelitian .....                                          | 30        |
| 3.2.1                        | Tahap Pelaksanaan .....                                           | 31        |
| 3.2.2                        | Tahap Penulisan .....                                             | 31        |
| 3.3                          | Tempat dan Waktu Penelitian .....                                 | 31        |
| 3.4                          | Model Konseptual Penelitian .....                                 | 32        |
| 3.5                          | Variabel Penelitian .....                                         | 32        |
| 3.6                          | Definisi Operasional Variabel .....                               | 33        |
| 3.7                          | Pengukuran Variabel Penelitian .....                              | 35        |
| 3.7.1                        | Promosi .....                                                     | 35        |
| 3.7.2                        | Kualitas Pelayanan .....                                          | 37        |
| 3.7.3                        | Kemudahan Penggunaan .....                                        | 38        |
| 3.7.4                        | Kepercayaan .....                                                 | 38        |
| 3.7.5                        | Keputusan Penggunaan .....                                        | 39        |
| 3.8                          | Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....                      | 40        |
| 3.8.1                        | Populasi .....                                                    | 40        |
| 3.8.2                        | Sampel .....                                                      | 40        |
| 3.8.3                        | Teknik Pengambilan Sampel .....                                   | 40        |
| 3.8.4                        | Teknik Penentuan Jumlah Sampel .....                              | 41        |
| 3.9                          | Jenis dan Sumber Data .....                                       | 41        |
| 3.10                         | Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 41        |

|                                |                                                                   |           |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.11                           | Metode Analisis Data .....                                        | 42        |
| 3.11.1                         | <i>Outer Model</i> .....                                          | 42        |
| 3.11.2                         | <i>Inner Model</i> .....                                          | 43        |
| 3.12                           | Pengujian Hipotesis .....                                         | 44        |
| <b>BAB IV</b>                  | .....                                                             | <b>45</b> |
| <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> | .....                                                             | <b>45</b> |
| 4.1                            | Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                             | 45        |
| 4.1.1                          | Letak Wilayah .....                                               | 45        |
| 4.1.2                          | Peta Kota Bekasi .....                                            | 46        |
| 4.2                            | Deskripsi Data .....                                              | 47        |
| 4.2.1                          | Penyebaran Kuesioner .....                                        | 47        |
| 4.2.2                          | Identitas Responden .....                                         | 48        |
| 4.3                            | Analisis Data .....                                               | 50        |
| 4.3.1                          | Hasil Analisis Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....      | 50        |
| 4.3.2                          | Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                     | 60        |
| 4.3.3                          | Pengujian Hipotesis .....                                         | 63        |
| 4.4                            | Pembahasan .....                                                  | 65        |
| 4.4.1                          | Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan .....              | 65        |
| 4.4.2                          | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan .....   | 66        |
| 4.4.3                          | Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ..... | 66        |
| 4.4.4                          | Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan penggunaan .....          | 67        |
| <b>BAB V</b>                   | .....                                                             | <b>68</b> |
| <b>KESIMPULAN</b>              | .....                                                             | <b>68</b> |
| 5.1                            | Kesimpulan .....                                                  | 68        |
| 5.2                            | Implikasi Manajerial .....                                        | 68        |
| 5.3                            | Keterbatasan Penelitian dan Saran .....                           | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>          |                                                                   |           |
| <b>LAMPIRAN</b>                |                                                                   |           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                        | 24 |
| Tabel 2.2 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya .....                      | 26 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....                                        | 33 |
| Tabel 3.2 Variabel Pernyataan Promosi .....                                 | 35 |
| Tabel 3.3 Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan .....                      | 37 |
| Tabel 3.4 Variabel Pernyataan Kemudahan Penggunaan .....                    | 38 |
| Tabel 3.5 Variabel Pernyataan Kepercayaan .....                             | 38 |
| Tabel 3.6 Variabel pernyataan Keputusan Penggunaan .....                    | 39 |
| Tabel 3.7 Skala Penelitan Likert .....                                      | 42 |
| Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesiner .....                   | 47 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....           | 48 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                    | 49 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....               | 49 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi <i>E-Commerce</i> ..... | 50 |
| Tabel 4.6 Hasil <i>Outer Loading</i> Promosi .....                          | 51 |
| Tabel 4.7 Hasil <i>Outer Loading</i> Kualitas Pelayanan .....               | 52 |
| Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading</i> Kemudahan Penggunaan .....             | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil <i>Outer Loading</i> Kepercayaan .....                      | 53 |
| Tabel 4.10 Hasil <i>Outer Loading</i> Keputusan Penggunaan .....            | 54 |
| Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> Promosi .....                         | 54 |
| Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading</i> Kualitas Pelayanan .....              | 55 |
| Tabel 4.13 Hasil <i>Cross Loading</i> Kemudahan Penggunaan .....            | 56 |
| Tabel 4.14 Hasil <i>Cross Loading</i> Kepercayaan .....                     | 56 |
| Tabel 4.15 Hasil <i>Cross Loading</i> Keputusan Penggunaan .....            | 57 |
| Tabel 4.16 Nilai AVE .....                                                  | 57 |
| Tabel 4.17 Hasil <i>Composite Realibility</i> .....                         | 58 |
| Tabel 4.18 Hasil <i>Cronbach Alpha</i> .....                                | 59 |
| Tabel 4.19 Hasil F – Square .....                                           | 61 |
| Tabel 4.20 Hasil <i>Path Coeffiensts</i> .....                              | 64 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Rating <i>E-Commerce</i> .....              | 2  |
| Gambar 1.2 Grafik metode pembayaran Favorit 2020 ..... | 4  |
| Gambar 1.3 Grafik metode pembayaran favorit 2021 ..... | 5  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                     | 27 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....           | 32 |
| Gambar 4.1 Peta Kota Bekasi .....                      | 46 |
| Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> Penelitian .....         | 60 |
| Gambar 4.3 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....            | 63 |



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 2 : Uji Plagiarisme
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Karakteristik Responden
- Lampiran 6 : Output SmarPLS 3.0
- Lampiran 7 : Buku Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup

