

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SISTEM CASH ON DELIVERY (COD), DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SHOPEE EXPRESS MANADO (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI ANGKATAN 2022)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CASH ON DELIVERY (COD) SYSTEM, AND TRUST ON CONSUMER SATISFACTION AT SHOPEE EXPRESS MANADO (A STUDY OF THE 2022 COHORT OF SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS)

Oleh:

Syalomita Cecillia Wokas¹

Maria V. J. Tielung²

Chres F. P. Laoh³

¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email:

¹Syalomitawokas062@student.unsrat.ac.id

²mariatielung@unsrat.ac.id

³chresfransisco@unsrat.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, sistem Cash on Delivery (COD), dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee Express Manado, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian terdiri atas 100 mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022 yang menggunakan layanan Shopee Express dan dipilih melalui teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear berganda melalui program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, sistem COD, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, demikian pula sistem COD dan kepercayaan. Di antara ketiga variabel independen tersebut, kepercayaan menunjukkan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan pengguna Shopee Express tidak hanya ditentukan oleh mutu pelayanan, tetapi juga oleh kemudahan dan keamanan transaksi COD serta kemampuan perusahaan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Sistem Cash on Delivery (COD), Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

Abstract: This study aims to analyze the influence of service quality, the Cash on Delivery (COD) system, and trust on consumer satisfaction among Shopee Express Manado users, both simultaneously and partially. The study employed a quantitative approach with an associative research design. The sample consisted of 100 students from the 2022 cohort of Sam Ratulangi University who used Shopee Express services and were selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that service quality, the COD system, and trust simultaneously have a positive and significant influence on consumer satisfaction. Partially, service quality has a positive and significant influence on consumer satisfaction, as do the COD system and trust. Among the three independent variables, trust demonstrates the strongest influence on consumer satisfaction. These findings indicate that improving Shopee Express user satisfaction depends not only on the quality of service provided, but also on the convenience and security of COD transactions and the company's ability to establish and maintain consumer trust.

Keywords: Service Quality, Cash on Delivery (COD) System, Trust, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola transaksi masyarakat dari perdagangan konvensional menuju perdagangan berbasis digital. Aktivitas *e-commerce* di Indonesia terus berkembang dan mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap layanan logistik sebagai bagian penting dalam proses distribusi barang. Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* yang memiliki tingkat penggunaan tinggi di Indonesia. Besarnya aktivitas transaksi melalui platform tersebut menuntut tersedianya layanan pengiriman yang mampu

memberikan pelayanan secara cepat, aman, dan sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu layanan logistik yang digunakan untuk mendukung aktivitas tersebut adalah Shopee Express. Dalam pelaksanaannya, tingginya aktivitas pengiriman belum sepenuhnya terlepas dari berbagai kendala operasional. Data Shopee Express Manado pada Mei 2026 menunjukkan terdapat 22.647 paket yang diproses dan 15.956 paket yang berhasil dikirim, sedangkan 3.273 paket tercatat berstatus *onhold*. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya paket yang mengalami hambatan dalam proses distribusi yang dapat memengaruhi pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Shopee Express.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan layanan jasa. Dalam konteks pengiriman barang, kepuasan tidak hanya ditentukan oleh diterimanya paket oleh konsumen, tetapi juga oleh keseluruhan pengalaman selama proses pelayanan. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk pengalaman tersebut. Pelayanan yang responsif, dapat diandalkan, memberikan rasa aman, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen berpotensi meningkatkan kepuasan. Sebaliknya, keterlambatan pengiriman, komunikasi yang kurang efektif, maupun penanganan barang yang tidak sesuai harapan dapat menurunkan penilaian konsumen terhadap layanan yang diterima.

Selain kualitas layanan, sistem *Cash on Delivery* (COD) menjadi bagian penting dalam transaksi *e-commerce*. Sistem COD memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan pembayaran ketika barang telah diterima sehingga memberikan alternatif transaksi yang praktis dan dapat mengurangi kekhawatiran dalam melakukan pembayaran secara daring. Permana (2023) menjelaskan bahwa COD merupakan metode transaksi ketika pembayaran dilakukan oleh pembeli setelah barang diterima. Kemudahan dan rasa aman yang diperoleh melalui metode tersebut dapat memengaruhi pengalaman konsumen dan pada akhirnya berkaitan dengan tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan.

Kepercayaan juga memiliki peran penting dalam penggunaan layanan pengiriman karena konsumen menyerahkan proses distribusi barang kepada penyedia jasa. Konsumen membutuhkan keyakinan bahwa barang dapat dikirim dengan aman, informasi pengiriman diberikan secara transparan, serta perusahaan mampu memenuhi tanggung jawab pelayanan secara konsisten. Wahyuni dan Pramitasari (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan pelanggan berkaitan dengan keyakinan terhadap keandalan dan integritas penyedia layanan. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat menciptakan rasa aman dan memperkuat pengalaman positif konsumen dalam menggunakan suatu layanan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan antara ketiga faktor tersebut dengan kepuasan konsumen. Mediti (2020) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopee. Mustaqim dkk (2024) menunjukkan bahwa sistem COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Aunila dkk. (2025) memperoleh hasil berbeda dengan menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Alamri dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa *delivery accuracy* dan sistem COD berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada Shopee Express Manado. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Sistem *Cash on Delivery* (COD), dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee Express Manado dengan studi pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Sistem *Cash on Delivery* (COD), dan Kepercayaan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee Express Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee Express Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sistem *Cash on Delivery* (COD) terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee Express Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee Express Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses yang berkaitan dengan pemilihan pasar sasaran serta upaya perusahaan dalam menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai kepada konsumen. Kotler dkk. (2022) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran diarahkan pada penciptaan nilai bagi pelanggan sekaligus pembangunan hubungan yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya. Kotler dkk. (2022) menekankan pentingnya pengalaman pelayanan yang positif dan berkelanjutan, sedangkan Tjiptono (2020) memandang kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta kemampuan perusahaan mengendalikan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sistem Cash on Delivery (COD)

Sistem *Cash on Delivery* (COD) merupakan metode pembayaran dalam transaksi elektronik yang memungkinkan konsumen melakukan pembayaran ketika barang yang dipesan telah diterima. Kotler dkk. (2022) menjelaskan bahwa metode pembayaran merupakan bagian dari proses pertukaran yang mempermudah berlangsungnya transaksi antara perusahaan dan konsumen. Laudon dan Traver (2022) menjelaskan bahwa pembayaran setelah barang diterima dapat memberikan rasa aman bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan konsumen bahwa perusahaan mampu memberikan layanan secara dapat diandalkan, menjaga integritas, dan memenuhi komitmen yang telah diberikan. Kotler dkk. (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat berkembang ketika perusahaan secara konsisten memenuhi janji dan memberikan nilai yang sesuai dengan harapan konsumen. Morgan dan Hunt (2021) juga menempatkan reliabilitas dan integritas sebagai unsur penting dalam membangun kepercayaan dalam suatu hubungan pertukaran.

Kepuasan Konsumen

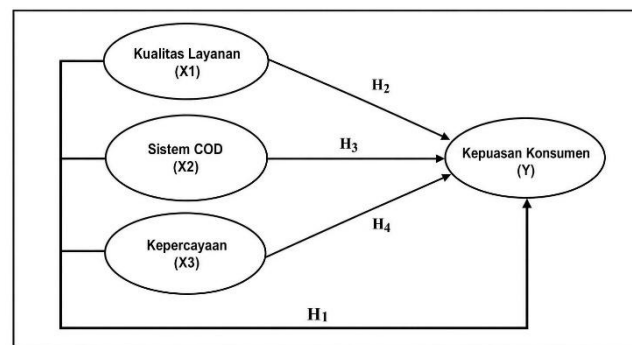
Kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan sebelumnya. Kotler dkk. (2022:177) menjelaskan bahwa konsumen akan merasa puas ketika kinerja yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapannya. Tjiptono dan Chandra (2020) juga menjelaskan bahwa kepuasan berkaitan dengan perasaan senang atau kecewa setelah konsumen membandingkan hasil yang diterima dengan ekspektasinya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Mediti (2020) bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen yang diukur berdasarkan faktor harga dan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*). Populasi dalam penelitian ini adalah responden berusia minimal 15 tahun dengan jumlah populasi tak terhingga yang telah melakukan transaksi pembayaran setidaknya satu kali melalui aplikasi Shopee dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode judgmental sampling yang menghasilkan total 220 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee.

Penelitian Alamri, Soepeno, dan Poluan (2024) bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Delivery Accuracy dan Cash On Delivery terhadap Customer Satisfaction Shopee Express Manado pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Secara parsial Delivery Accuracy berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, (2) Secara parsial Cash On Delivery signifikan mempengaruhi Customer Satisfaction, (3) Secara simultan Delivery Accuracy dan Cash On Delivery berpengaruh terhadap Customer Satisfaction.

Penelitian Mustaqim, Irawan, dan Ekawati (2024) bertujuan untuk menguji pengaruh COD dan PayLater terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel adalah 91 responden, dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk COD dan Paylater adalah $0,000 < 0,05$, sehingga keduanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Model Penelitian**Gambar 1. Model Penelitian***Sumber: Kajian Peneliti (2026)***Hipotesis Penelitian**

- H1: Kualitas Layanan, Sistem Cash on Delivery (COD), dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- H2: Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- H3: Sistem Cash on Delivery (COD) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- H4: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui pengukuran menggunakan instrumen penelitian dan analisis statistik (Creswell dan Creswell, 2022). Penelitian ini menganalisis pengaruh Kualitas Layanan (X1), Sistem *Cash on Delivery* (COD) (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada pengguna Shopee Express Manado.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022 yang berjumlah 6.697 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Hasil perhitungan menghasilkan 98 responden dan jumlah tersebut ditetapkan menjadi 100 responden agar sampel yang digunakan lebih representatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022; (2) pernah menggunakan jasa Shopee Express dalam tiga bulan terakhir; dan (3) bertempat tinggal di Kota Manado.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa skor jawaban responden yang dapat dianalisis secara statistik. Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Penggunaan skala tersebut memungkinkan tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel dikonversi menjadi data numerik untuk dianalisis secara statistik.

Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian**Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Layanan (X1)	Kemampuan Shopee Express dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.	1. Bukti fisik (Tangibles) 2. Keandalan (Reliability) 3. Daya tanggap (Responsiveness) 4. Jaminan (Assurance) 5. Empati (Empathy) Aprileny dan Apri (2025)
Sistem COD (X2)	Metode pembayaran yang memungkinkan konsumen melakukan pembayaran setelah barang diterima.	1. Kemudahan penggunaan 2. Keamanan transaksi 3. Kenyamanan dalam bertransaksi 4. Mengurangi risiko pembelian online Nasution dan Surya (2025)
Kepercayaan (X3)	Keyakinan konsumen terhadap kemampuan Shopee Express dalam memberikan layanan secara andal, jujur, dan sesuai dengan harapan.	1. Keandalan 2. Kejujuran 3. Kredibilitas 4. Kepedulian Aprileny dan Apri (2025)
Kepuasan Konsumen (Y)	Evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara kinerja layanan yang diterima dengan harapan sebelumnya.	1. Kesesuaian harapan 2. Niat melakukan pembelian ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan 4. Perasaan puas terhadap layanan Shabara dan Surianto (2024)

Pengujian Instrumen Penelitian**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021).

Teknik Analisis Data**Pengujian Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas, untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas, untuk mengetahui adanya korelasi yang tinggi antarvariabel independen.
3. Uji Heteroskedastisitas, untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antarobservasi dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. Model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
a = Konstanta
 b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
 X_1 = Kualitas Layanan
 X_2 = Sistem COD
 X_3 = Kepercayaan
E = Error

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan dengan Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien yang semakin mendekati 1 menunjukkan hubungan yang semakin kuat.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan dalam menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen. Nilai R² yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Pengujian Hipotesis**Uji Simultan (Uji F) dan Uji Parsial (Uji T)**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan secara individual terhadap Kepuasan Konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Validitas dan Reliabilitas****Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,736	0,196	Valid
	X1.2	0,753	0,196	Valid
	X1.3	0,826	0,196	Valid
	X1.4	0,835	0,196	Valid
	X1.5	0,778	0,196	Valid
Sistem COD / COD (X2)	X2.1	0,688	0,196	Valid
	X2.2	0,750	0,196	Valid
	X2.3	0,749	0,196	Valid
	X2.4	0,689	0,196	Valid
	X2.5	0,725	0,196	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,725	0,196	Valid
	X3.2	0,806	0,196	Valid
	X3.3	0,863	0,196	Valid
	X3.4	0,850	0,196	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,813	0,196	Valid
	Y2	0,809	0,196	Valid
	Y3	0,855	0,196	Valid
	Y4	0,874	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Kualitas Layanan, Sistem COD, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,196. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,842	Reliabel
Sistem COD / COD (X2)	0,715	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,827	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,859	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* Kualitas Layanan sebesar 0,842, Sistem COD sebesar 0,715, Kepercayaan sebesar 0,827, dan Kepuasan Konsumen sebesar 0,859. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,21591528
Most Extreme Differences	Absolute	0,083
	Positive	0,083
	Negative	-0,071
Test Statistic		0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,085 ^c

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,085. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga residual dalam model regresi dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

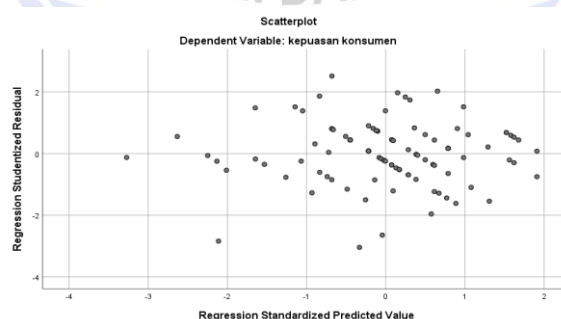
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan (X1)	0,431	2,318
	Sistem COD (X2)	0,584	1,713
	Kepercayaan (X3)	0,516	1,936

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Kualitas Layanan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,431 dan VIF sebesar 2,318, Sistem COD memiliki *Tolerance* sebesar 0,584 dan VIF sebesar 1,713, sedangkan Kepercayaan memiliki *Tolerance* sebesar 0,516 dan VIF sebesar 1,936. Seluruh nilai *Tolerance* berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10 sehingga model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,125	1,268		-0,098	0,922
	Kualitas Layanan	0,218	0,067	0,273	3,241	0,002
	Sistem COD	0,183	0,092	0,145	1,999	0,048
	Kepercayaan	0,546	0,079	0,530	6,880	0,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Dari tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,125 + 0,218X_1 + 0,183X_2 + 0,546X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linear di atas, maka interpretasi koefisien sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -0,125 mengindikasikan bahwa apabila variabel Kualitas Layanan (X1), Sistem COD (X2), dan Kepercayaan (X3) dianggap tidak mengalami perubahan atau bernilai nol, maka Kepuasan Konsumen (Y) diperkirakan sebesar -0,125.
2. Koefisien regresi Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,218 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas layanan akan diikuti oleh kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,218, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi Sistem COD (X2) sebesar 0,183 mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada sistem COD akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,183, dengan asumsi faktor lainnya tidak berubah.
4. Koefisien regresi Kepercayaan (X3) sebesar 0,546 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kepercayaan konsumen akan mendorong peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,546, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)**

Keterangan	Nilai	Interpretasi
R	0,840	Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berada pada kategori sangat kuat
R Square	0,706	Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan mampu menjelaskan Kepuasan Konsumen sebesar 70,6%
Adjusted R Square	0,697	Nilai determinasi yang telah disesuaikan sebesar 69,7%
Std. Error of the Estimate	1,235	Tingkat kesalahan estimasi dalam model regresi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,840 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan dengan Kepuasan Konsumen. Nilai R Square sebesar 0,706 menunjukkan bahwa sebesar 70,6% variasi Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan 29,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,697 menunjukkan kemampuan model menjelaskan Kepuasan Konsumen setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Pengujian Hipotesis**Uji Simultan (Uji F)****Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351,023	3	117,008	76,744	0,000
	Residual	146,367	96	1,525		
	Total	497,390	99			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 76,744 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian, H1 diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 6:

1. Nilai signifikansi Kualitas Layanan (X1) sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee Express, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
2. Nilai signifikansi Sistem COD (X2) sebesar $0,048 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian, Sistem COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudahan dan keamanan sistem pembayaran COD dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Shopee Express.
3. Nilai signifikansi Kepercayaan (X3) sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Shopee Express, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Sistem COD, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee Express pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna Shopee Express tidak terbentuk hanya melalui satu aspek layanan. Kualitas pelayanan yang mampu memberikan rasa aman, sistem COD yang memberikan kemudahan transaksi, serta kepercayaan terhadap kemampuan Shopee Express dalam memenuhi harapan konsumen saling mendukung terbentuknya pengalaman layanan yang positif. Kondisi tersebut juga tercermin dari hasil deskriptif seluruh variabel yang memperoleh nilai rata-rata tinggi hingga sangat tinggi. Hasil penelitian mendukung konsep Kotler dkk. (2022) bahwa kepuasan konsumen berkaitan dengan perbandingan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa yang dirasakan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Alamri dkk. (2024) yang menemukan bahwa *delivery accuracy* dan COD berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Shopee Express Manado. Mediti (2020) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Mustaqim dkk. (2024) menemukan bahwa sistem COD berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diterima pengguna, semakin tinggi pula tingkat kepuasan terhadap Shopee Express. Dari lima indikator yang digunakan, pernyataan mengenai rasa aman menggunakan Shopee Express memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa jaminan keamanan merupakan salah satu aspek pelayanan yang paling positif dirasakan responden. Di sisi lain, ketepatan waktu pengiriman dan kemampuan memahami masalah pelanggan memperoleh nilai rata-rata terendah. Meskipun masih berada dalam kategori tinggi, kedua aspek tersebut menunjukkan ruang perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Temuan ini sesuai dengan Tjiptono (2020) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan mengendalikan tingkat keunggulan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Hasil penelitian juga sejalan dengan Mediti (2020) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee.

Pengaruh Sistem COD terhadap Kepuasan Konsumen

Sistem COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan sistem COD yang semakin baik dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna Shopee Express. Nilai deskriptif tertinggi pada Sistem COD terdapat pada kemudahan melakukan pembayaran. Temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat utama yang dirasakan responden dari penggunaan COD adalah kemudahan dalam menyelesaikan transaksi ketika barang telah diterima. Selain itu, keamanan dan kenyamanan transaksi juga memperoleh penilaian tinggi sehingga sistem COD dapat menjadi alternatif pembayaran yang mendukung pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Shopee Express. Hasil tersebut mendukung Laudon dan Traver (2022) yang menjelaskan bahwa COD memungkinkan konsumen melakukan pembayaran setelah

barang diterima sehingga dapat memberikan rasa aman dalam transaksi elektronik. Temuan ini juga sejalan dengan Alamri dkk. (2024) dan Mustaqim dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa sistem COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh relatif paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen. Pada hasil deskriptif, dua pernyataan memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu keyakinan bahwa Shopee Express menjaga kepercayaan pelanggan dalam setiap layanan yang diberikan dan upaya perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan responden tidak hanya berhubungan dengan reputasi perusahaan, tetapi juga dengan kemampuan Shopee Express menjaga konsistensi pelayanan dan memenuhi ekspektasi pengguna. Hasil penelitian mendukung Morgan dan Hunt (2021) yang menjelaskan bahwa kepercayaan dibangun melalui keyakinan terhadap reliabilitas dan integritas pihak lain dalam hubungan pertukaran. Dalam konteks Shopee Express, semakin kuat keyakinan konsumen bahwa perusahaan dapat menjalankan layanan secara andal, jujur, dan sesuai dengan harapan, semakin besar pula kemungkinan terciptanya kepuasan terhadap layanan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Layanan, Sistem *Cash on Delivery* (COD), dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee Express Manado pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi angkatan 2022. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kemudahan transaksi melalui COD, dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, khususnya dalam aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian terhadap kebutuhan konsumen, semakin tinggi pula kepuasan pengguna Shopee Express.
3. Sistem *Cash on Delivery* (COD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudahan pembayaran, keamanan transaksi, kenyamanan, serta berkurangnya risiko dalam transaksi *online* memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna layanan.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen serta merupakan variabel yang memiliki pengaruh relatif paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan terhadap keandalan, integritas, dan kemampuan Shopee Express dalam memenuhi harapan konsumen menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Shopee Express Manado disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan, terutama pada ketepatan waktu pengiriman dan kemampuan dalam merespons serta menangani permasalahan konsumen. Pelayanan yang konsisten, responsif, dan mampu memberikan rasa aman perlu dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Saran ini sejalan dengan uraian skripsi yang menekankan peningkatan pada aspek *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
2. Penerapan Sistem COD perlu terus dioptimalkan dengan menjaga kemudahan prosedur pembayaran, keamanan transaksi, dan kenyamanan konsumen serta meminimalkan kendala selama proses pembayaran. Selain itu, Shopee Express perlu mempertahankan kepercayaan konsumen melalui informasi pengiriman yang transparan, profesionalisme kurir, konsistensi pelayanan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Konsumen, seperti harga, promosi, citra merek, kualitas aplikasi, *customer experience*, atau loyalitas pelanggan. Cakupan objek, wilayah penelitian, dan jumlah responden juga dapat diperluas agar hasil penelitian memiliki kemampuan generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamri, R., Soepeno, D., & Poluan, J. (2024). Pengaruh Delivery Accuracy Dan COD (Cod) Terhadap Customer Satisfaction Shopee Express Manado (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2020) The Influence of Delivery Accuracy and COD (Cod) on Customer Satisfaction. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 4, 14 –25. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/58550>
- Aprileny, I., & Apri E, J. (2025). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee (Studi Kasus Konsumen Generasi Z di Jakarta Timur). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 610–618. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/5529/4251>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* 6th edition. SAGE Publications, Inc.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* Edisi 10. Semarang, Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2022). *Marketing Management: An Asian Perspective*. London Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce 2021-2022: Business, Technology, Society* (17th ed.). Pearson.
- Mediti, O. C. M. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4). [https://www.researchgate.net/publication/352178152 Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee](https://www.researchgate.net/publication/352178152_Analisis_Pengaruh_Harga_dan_Kualitas_Layanan_Elektronik_terhadap_Kepuasan_Konsumen_pada_Pengguna_Aplikasi_Shoppee)
- Morgan, R. M., & Hunt, S. (2021). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. [https://www.researchgate.net/publication/233894851 The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing](https://www.researchgate.net/publication/233894851_The_Commitment-Trust_Theory_of_Relationship_Marketing)
- Mustaqim, M., Irawan, H., & Ekawati, F. (2024). Pengaruh COD dan Paylater terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee. *Journal Of Interdisciplinary Science And Education*, 3(2), 73–80. [https://www.researchgate.net/publication/391448713 Pengaruh Cash On Delivery dan Paylater terhadap p Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee](https://www.researchgate.net/publication/391448713_Pengaruh_Cash_On_Delivery_dan_Paylater_terhadap_Kepuasan_Pelanggan_E-Commerce_Shoppee)
- Aunila, N. S., Andrian, A., Anas, H., & Ibrahim, A. M. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand the Originote (Studi Pada Marketplace Tiktok). *Greenation Management and Business Review*, 1(2), 55–70. <https://greenationpublisher.org/GMBR/article/view/344>
- Nasution, M. D. T. P., & Surya, D. H. (2025). Reassessing Payment Methods in E-Commerce: Why Consumers Prefer COD. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 4(1), 22–30. <https://talenta.usu.ac.id/jba/article/view/19089>
- R, A. A. S. P. A., & Permana G. P. L. (2023). Dampak Cash on Delivery (COD) terhadap Perilaku Pembelian Generasi Baby Boomers di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 8(1), 97-105. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/5099>
- Shabara, F. B., & Surianto, Moh. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 83. <https://ejournal.unia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/1890>

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.

Wahyuni, I., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Pada Jasa Pengiriman JNE Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, 20(1). <https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/1784>

