UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Isi

JUDUL.....i
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK.....v
ABSTRACT.....i
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Motivasi Penelitian 7
1.6 Kontribusi Penelitian 8
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 *E-commerce* 10
2.2 *Cash on Delivery* (COD) 12
2.2.1 Sistem *Cash on Delivery* (COD) pada Platform 13
2.2.2 *Cash on Delivery* (COD) dari Perspektif Penjual 14
2.3 *Perceived risk* Theory 15
2.4 *Perceived value* Theory 21
2.5 Kepuasan *(Satisfaction)* 24
2.6 Niat Keberlanjutan *(Continuance Intention)* 25
2.7 Penelitian Terdahulu 26
2.8 Pengembangan Hipotesis 31
2.8.1 Hubungan antara *Perceived risk* dan *Continuance Intention* 31
2.8.2 Hubungan antara *Perceived value* dan *Continuance Intention* 31
2.8.3 Hubungan antara *Perceived risk* dan *Satisfaction* 32
2.8.4 Hubungan antara *Perceived value* dan *Satisfaction* 33
2.8.5 Hubungan antara *Satisfaction* dan *Continuance Intention* 34

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.8.6 Peran *Satisfaction* sebagai mediasi hubungan antara *Perceived risk* dan *Continuance Intention* 34
2.8.7 Peran *Satisfaction* sebagai mediasi hubungan antara *Perceived value* dan *Continuance Intention* 35
2.8 Kerangka Penelitian....36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 37
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 37
3.2 Populasi dan Sampel....37
3.3 Teknik Pengumpulan Data....39
3.3.1 Instrumen Penelitian 39
3.3.2 Uji Coba Instrumen *(pilot test)* 40
3.4 Definisi Operasional Variabel....42
3.5 Teknik Analisis Data....48
3.5.1 Tahap pra-analisis data....48
3.5.2 Analisis Deskriptif 49
3.5.3 Uji Model Pengukuran *(Outer Model)* 49
3.5.3.1 Uji Validitas Konvergen *(Convergent Validity)* 50
3.5.3.2 Uji Validitas Diskriminan *(Discriminant Validity)*....50
3.5.3.3 Uji Reliabilitas Konstruk *(Composite Reliability)* 51
3.5.4 Uji Model Struktural *(Inner Model)* 51
3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)....51
3.5.4.2 Uji Predictive Relevance (Q-Square)....52
3.6.4.3 Uji Effect Size (F-Square)....52
3.5.5 Uji Hipotesis 52
3.5.5.1 Uji Hipotesis langsung *(direct effect)* 53
3.5.5.2 Uji Hipotesis tidak langsung *(indirect effect)* 53
3.5.6 Uji Perbandingan *(Multi Group Analysis)* 53
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN....54
4.1 Gambaran Umum Responden....54

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.1.1 Hasil Pra-analisis data....54
4.1.2 Karakteristik Responden....57
4.1.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian....62
4.2 Hasil Penelitian....65
4.2.1 Uji Model Pengukuran *(Outer Model)* 65
4.2.2 Uji Model Struktural *(Inner Model)* 73
4.2.3 Uji Perbandingan (Multi Group Analysis)....78
4.2.2 Pengujian Hipotesis 78
4.3 Pembahasan Hipotesis 82
4.3.1 Pengaruh *Perceived risk* terhadap *Continuance Intention* 82
4.3.2 Pengaruh *Perceived value* terhadap *Continuance Intention* 83
4.3.3 Pengaruh *Perceived risk* terhadap *Satisfaction* 84
4.3.4 Pengaruh *Perceived value* terhadap *Satisfaction* 85
4.3.5 Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention* 86
4.3.6 Pengaruh *Perceived risk* terhadap *Continuance Intention* dimediasi oleh *Satisfaction* 87
4.3.7 Pengaruh *Perceived value* terhadap *Continuance Intention* dimediasi oleh *Satisfaction* 89
4.4 Pengujian Multigroup Analysis 91
4.4.1 Uji Path Coefficient *direct effect* 91
4.4.2 Uji Path Coefficient *Indirect effect* 93
4.4.3 Uji Multi Group Analysis *direct effect*....94
4.4.4. Uji Multi Group Analysis *indirect effect* 95
BAB V KESIMPULAN 97
5.1 Simpulan....97
5.2 Implikasi 98
5.3 Keterbatasan dan Saran 99
DAFTAR PUSTAKA……100

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu 28
Tabel 1. 2 Definisi Operasional Variabel 42
Tabel 4. 1 Proses tahapan pengumpulan data 54
Tabel 4. 2 Hasil Outer Loading Uji Intrumen 55
Tabel 4. 3 Karakteristik lama menjalankan usaha 57
Tabel 4. 4 Karakteristik Platform Marketplace yang digunakan 58
Tabel 4. 5 Karakteristik Kategori produk utama yang dijual 59
Tabel 4. 6 Karakteristik Rata-rata omzet penjualan 61
Tabel 4. 7 Karakteristik Rata-rata jumlah pesanan 62
Tabel 4. 8 Hasil Statistik deskriptif variabel 63
Tabel 4. 9 Hasil Statistik deskriptif berdasarkan dimensi variabel 64
Tabel 4. 10 Hasil outer loading uji validitas konvergen 66
Tabel 4. 11 Hasil AVE uji validitas konvergen 68
Tabel 4. 12 Hasil Cross Loading uji validitas diskriminan 69
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Diagonal Pengujian *Fornell-Lacker* 71
Tabel 4. 14 Hasil HTMT Uji Validitas Diskriminan 72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk 72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi *(R-Square)* 74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Predictive Relevance *(Q-Square)* 76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Effect Size *(F-Square*) 77
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Langsung *(Direct Effect)* 79
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung *(Indirect Effect)* 81
Tabel 4. 21 Hasil Uji Path Coefficient Direct Effect 91
Tabel 4. 22 Hasil Uji Path Coefficient Indirect Effect 93
Tabel 4. 23 Hasil Uji MGA Direct Effect 94
Tabel 4. 24 Hasil Uji MGA Indirect Effect 95

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi *e-commerce* periode 2019-2024 8
Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian.....38

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Lampiran

Lampiran 1. 1 Tabel Kuesioner Penelitian 105
Lampiran 1. 2 Surat Keterangan etika klirens 109

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran

Lampiran 1. 1 Tabel Kuesioner Penelitian

Kode	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Perceived risk (PR)					
	Risiko Kinerja *(Performance Risk)*					
PR1	Saya pernah mengalami masalah dalam transaksi penjualan melalui COD.					
PR2	Saya merasa perlindungan dari platform *e-commerce* dalam layanan COD belum memadai bagi penjual.					
PR3	Saya sering menerima retur pada transaksi COD.					
	Risiko Finansial *(Financial Risk)*					
PR6	Saya pernah mengalami kerugian akibat transaksi COD yang tidak diselesaikan oleh pembeli.					
PR7	Saya pernah mengalami kerugian biaya pengemasan, tenaga, atau operasional.					
PR8	Saya pernah retur COD berisiko membuat barang kembali dalam kondisi kurang layak jual.					
PR9	Saya merasa penggunaan COD dapat mengganggu arus kas karena pencairan dana tidak langsung diterima.					
	Risiko Waktu *(Time Risk)*					
PR10	Saya merasa membutuhkan waktu tambahan untuk menangani transaksi COD yang gagal.					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PR12	Saya membutuhkan banyak waktu untuk mengikuti prosedur komplain, retur, atau penyelesaian masalah COD.					
PR13	Keterlambatan penyelesaian transaksi COD membuat waktu operasional toko saya tidak efisien.					
	Risiko Psikologis *(Psychological Risk)*					
PR14	Saya merasa cemas menghadapi pembeli COD yang tidak serius.					
PR15	Penggunaan layanan COD membuat saya merasa kurang nyaman dalam menjalankan usaha *e-commerce*.					
PR16	Saya merasa khawatir karena pembayaran COD belum pasti sampai barang diterima pembeli.					
	Risiko Sosial *(Social Risk)*					
PR17	Saya merasa kegagalan transaksi COD dapat menurunkan rating atau penilaian toko saya.					
PR18	Saya merasa kegagalan transaksi COD dapat membuat toko saya terlihat kurang profesional di mata pelanggan.					
PR19	Saya merasa tingginya retur atau pembatalan COD membuat toko saya dinilai kurang kredibel oleh platform.					
	Perceived value (PV)					
	Manfaat Fungsional berdasarkan Kualitas *(Quality Value)*					
PV1	Layanan COD secara konsisten memberikan manfaat bagi usaha *e-commerce* saya					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PV2	Layanan COD berjalan dengan baik dalam mendukung transaksi penjualan saya.					
PV3	Layanan COD memiliki prosedur yang cukup jelas bagi penjual.					
PV6	Layanan COD membantu proses transaksi penjualan berjalan secara konsisten.					
	Manfaat Emosional *(Emotional Value)*					
PV8	Saya merasa lebih yakin dalam menjalankan transaksi ketika menyediakan COD.					
PV9	Saya merasa tenang ketika menggunakan COD dalam transaksi penjualan.					
PV10	Saya merasa terbantu ketika COD berhasil meningkatkan transaksi penjualan saya.					
PV11	Saya merasa senang ketika COD dapat membantu meningkatkan transaksi penjualan saya.					
	Manfaat Fungsional berdasarkan Biaya *(Value for Money)*					
PV12	Penggunaan COD tetap memberikan keuntungan bagi usaha saya.					
PV13	Penggunaan COD memberikan manfaat yang sepadan dengan usaha dan risiko yang saya tanggung.					
PV15	Penggunaan COD cukup ekonomis bagi usaha *e-commerce* saya.					
	Manfaat Sosial *(Social Value)*					
PV16	Penyediaan COD membuat toko saya lebih mudah diterima oleh pelanggan.					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PV17	Penggunaan COD meningkatkan citra toko saya di mata pelanggan.					
PV18	Penyediaan COD memberikan kesan yang baik kepada pelanggan terhadap toko saya.					
PV19	Penggunaan COD membuat toko saya lebih dipercaya oleh pelanggan.					
PV20	Penyediaan COD membuat toko saya lebih mampu bersaing dengan toko lain.					
Satisfaction (S)						
S1	Saya merasa puas menyediakan layanan COD dalam usaha *e-commerce* saya.					
S2	Penyediaan layanan COD sesuai dengan kebutuhan usaha *e-commerce* saya.					
S3	Saya merasa puas dengan hasil yang diperoleh dari penyediaan layanan COD.					
S4	Secara keseluruhan, saya merasa puas menyediakan layanan COD bagi pelanggan *e-commerce* saya.					
Continuance Intention (CI)						
CI1	Saya berniat untuk terus menyediakan COD dalam usaha *e-commerce* saya di masa depan.					
CI3	Saya berniat untuk memanfaatkan COD dalam kegiatan usaha *e-commerce* saya.					
CI4	Saya memperkirakan akan terus menyediakan COD dalam usaha *e-commerce* saya di masa depan.					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Keberlanjutan Penjual E-commerce dalam Menggunakan Cash On Delivery (COD): Kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM di Indonesia)
Amalia Diana Nehasari, Prof. Sony Warsono, MAFIS, Ak., CA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 1. 2 Surat Keterangan etika klirens (Ethic Clereance)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
KOMISI ETIK PENELITIAN
DIREKTORAT RISET DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Kampus Karangmalang, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 555680, 586168 psw. 1262
Laman https://dirpm. uny.ac.id E-mail: lppm@uny .ac.id

KETERANGAN LAYAK ETIK
DESCRIPTION OF ETHICAL APPROVAL

No. 4352/DST/UN34.9/PT.01.04/2026

Komisi Etik Direktorat Riset dan Pengabdiankepada Masyarakat, Universitas Negeri Yogyakarta telah melakukan telaah terhadap riset:
This statement is to inform that the ethics committee at Directorate of Research and Community Service, Universitas Negeri Yogyakarta has approved a study:

Judul *Title*	: Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Nilai terhadap Niat Kebelanjutan Penjual dalam Penggunaan Cash On Delivery (COD) di E-Commerce (Studi pada UMKM di Indonesia) *The Influence of Risk Perception and Value Perception on Sellers' Continuance Intention in Using Cash on Delivery in E-Commerce (A Study of MSMEs in Indonesia)*
Nama Peneliti *Name of Investigator(s)*	: Amalia Diana Nehasari
Nama Institusi *Name of Institution*	: Universitas Gadjah Mada

menyatakan layak etik sesuai 7 (tujuh) Standar WHO 2011, mencakup 1) Nilai Sosial, 2) Nilai Ilmiah, 3) Pemerataan Beban dan Manfaat, 4) Risiko, 5) Bujukan/Eksploitasi, 6) Kerahasiaan dan Privacy, dan 7) Persetujuan Setelah Penjelasan, yang merujuk pada Pedoman CIOMS 2016.
Declared to be ethically appropriate in accordanceto 7 (seven) WHO 2011 Standards, 1) Social Values, 2) Scientific Values, 3 Equitable Assessment and Benefits, 4) Risks, 5) Persuasion Exploitation, 6) Confidentiality and Privacy, and 7) Informed Consent, referring to the 2016 CIOMS Guidelines.

Surat Keterangan Layak Etik ini berlaku selama 23 April 2026 sampai dengan 23 April 2027
This declaration of ethics applies during the period April 23, 2026 until April 23, 2027

Yogyakarta, April 22, 2026
Head of Committee

Prof. Dr. Dra. Endang Rini Sukamti, M.S.
NIP. 196004071986012001