ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Kepercayaan Konsumen dan Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen Pada Pembelian Produk Syar'i Secara *Online* Studi Kasus Pada *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo" ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana kepercayaan konsumen serta bagaimana upaya membangun kepercayaan konsumen pada pembelian secara *online* (Studi kasus pada produk syar'i di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo) terkait masalah keterlambatan pengiriman barang maupun pesanan yang kurang sesuai. Hal ini pernah terjadi khususnya di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo).

Skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan pola berfikir induktif.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah kepercayaan konsumen yang di dasarkan pada relasi hubungan, produk, iklan dan testimoni, dan pelayanan. Relasi hubungan adalah hal utama yang menentukan kepercayaan konsumen berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo. Upaya membangun kepercayaan konsumen dibangun dengan kejujuran, ketepatan waktu pengiriman barang dan memberikan jaminan, menjaga kualitas produk, memberikan izin kepada konsumen untuk menjadi *reseller*, *fast respon*, *COD* (*Cash On Delivery*) dan harga yang terjangkau. Kejujuran sangat berhubungan dengan etika bisnis Islam dan integritas yang tinggi, namun terkait permasalahan keterlambatan pengiriman maupun komplain konsumen atas ketidaksesuaian produk, maka *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo memberikan jaminan berupa pengembalian pembayaran yang sudah dibayar 50% di muka, diganti barang baru, ataupun pembatalan transaksi.

Dari hasil di atas, dapat disarankan kepercayaan konsumen ditingkatkan dengan memperbaharui media *online*, dengan tidak hanya menggunakan *facebook.com.*, dalam hal ini harus merambah ke *website*, sehingga pemasaran dan jangkauan bisnisnya lebih luas. Calon pembeli juga semakin luas serta mudah untuk mengaksesnya. Keterkaitannya dengan produk harus lebih difokuskan, sehingga memberikan diversifikasi dan keunggulan di dalam benak konsumen dan akhirnya dapat mempercepat perkembangan bisnisnya, sedangkan bagi *online shop* yang lain, kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan dengan membangun kepercayaan konsumen seperti hal-hal yang telah dipaparkan di atas

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen, dan Pembelian Secara *Online*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

Thesis entitled "Efforts to Build Consumer Trust and Confidence Consumer Product Purchase Syar'i Online Case Study In Sidoarjo Sedati All Collection Shop" is the result of research that aims to answer the question of how consumer confidence and how efforts to build consumer confidence in online purchases (A case study on the product sharī in All Collection Shop Sedati Sidoarjo) related to the problem of delay delivery of goods or orders that were not appropriate. This is unheard of, especially in the All Collection Shop Sedati Sidoarjo).

This thesis is a qualitative research with data collection techniques of observation, interviews, documentation, and literature. The collected data were analyzed descriptively qualitative inductive thinking patterns.

The results obtained are consumer confidence is based on a relation of relationships, products, advertisements and testimonials, and services. Relationships relationship is the main thing that determines consumer confidence is based on research conducted at the All Collection Shop Sedati Sidoarjo. Efforts to build consumer trust is built with honesty, timeliness of delivery and providing security, maintaining product quality, gave permission for the consumer to become a reseller, fast response, COD (Cash On Delivery) and an affordable price. Honesty is very related to business ethics of Islam and of high integrity, but problems related to delivery delays and consumer complaints for a discrepancy product, then All Collection Shop Sedati Sidoarjo provide a guarantee in the form of refunds already paid 50% in advance, replaced new stuff, or cancellation of the transaction.

From the above results, it can be suggested consumer confidence improved by updating the online media, by not only using facebook.com., In this case must be penetrated to the website, so that marketing and broader business range. Prospective buyers are also increasingly comprehensive and easy to access. Association with the product should be more focused, thus providing a diversification and excellence in the minds of consumers and ultimately accelerate the development of the business, while the online shop to another, consumer confidence can be increased by building consumer confidence as things that have been described above.

Keywords: Confidence Consumer, Efforts to Build Consumer Confidence, and Purchase Online.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id