

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “ Kepercayaan Konsumen Dalam Berbelanja Online di Toko Jesse Campurdarat “ ini ditulis oleh Dian Wahyu Agustin, NIM. 12402183410, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya kasus penipuan secara online yang mengakibatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap pembelian secara online menurun sehingga strategi pemasaran dan membrending produk yang tepat akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk maupun barang yang dijual secara online.

Adapun fokus penelitian ini adalah (1) bagaimana strategi yang dilakukan oleh toko jesse campurdarat untuk menarik minat beli konsumen? , (2) bagaimana membrending produk kepada konsumen di toko jesse campurdarat?. Dengan tujuannya adalah (1) mengetahui bagaimana strategi yang di terapkan toko jesse dalam menarik konsumen. (2) mengetahui bagaimana membrending produk yang tepat kepada konsumen di toko jesse campurdarat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yang menggambarkan dan memeriksa sebab-sebab suatu kejadian tertentu melalui pengamatan langsung dilapangan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mereduksi data dan memaparkan data dan penarikan kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, sehingga peneliti dapat melakukan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa (1) strategi pemasaran yang dilakukan toko jessedengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Shopee, dan Tiktok. Dengan cara mereview produk dan juga membuat konten melalui video dengan menggunakan model agar lebih menarik konsumen untuk membelinya. (2) membrending produk kepada konsumen toko jesse membuat produk yang akan mereka upload dibuat semenarik mungkin dan membuat keterangan sedetail mungkin, mulai dari produk yang sudah BPOM dan juga bahan yang digunakan dan tidak lupa juga menjual produk yang berkualitas seperti menentukan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual, jika produk yang dijual memang benar-benar berkualitas, toko jesse juga tidak ragu untuk menjual dengan harga yang mahal karena memang barang ataupun produk tersebut benar-benar sesuai dengan harganya.

**Kata kunci :Kepercayaan konsumen, Perilaku konsumen, Media sosial**

### **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Consumer Trust in Online Shopping at Jesse Campurdarat Store" was written by Dian Wahyu Agustin, NIM. 12402183410, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the many cases of online fraud which have resulted in the level of consumer confidence in online purchases decreasing so that the right marketing strategy and product branding will increase consumer confidence in products and goods sold online.*

*The focus of this research is (1) what is the strategy carried out by the Jesse Campurdarat store to attract consumer buying interest? , (2) how to brand products to consumers at the Jesse Campurdarat store?. The objectives are (1) to find out how the strategy applied by Jesse's store is to attract consumers. (2) knowing how to brand the right products to consumers at the Jesse Campurdarat store.*

*The research method used in this study uses a type of field research with a qualitative approach that describes and examines the causes of a particular event through direct field observation. Sources of data used are primary data and secondary data with data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data analysis technique used in this study was by reducing data and presenting data and drawing conclusions according to the formulation of the problem, so that researchers could validate the data using a credibility test with source, technique, and time triangulation.*

*The results of this study found that (1) the marketing strategy carried out by Jesse's store used social media such as Instagram, Shopee, and Tiktok. By reviewing products and also creating content through videos using models to make it more attractive to consumers to buy them. (2) Branding products to consumers at Jesse's shop makes the products they are going to upload as attractive as possible and provides as detailed information as possible, starting from products that are already BPOM and also the materials used and don't forget to also sell quality products such as setting prices according to quality the products being sold, if the products being sold are of really high quality, Jesse's shop also doesn't hesitate to sell at high prices because the goods or products really match the price.*

**Keywords: ConsumerTrust, Consumerbehavior , Social media**

