

## ABSTRAK

Lailanuh, 2023. *Pengaruh Kualitas Produk, Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Secara Online di Marketplace Shopee dalam Perspektif Islam pada Santri Asrama I Pondok Pesantren Ngalah*. Skripsi. Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen Pembimbing **Alimatul Farida SE., MM**

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Sistem Pembayaran COD, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Secara *Online* di *Marketplace* Shopee dalam Perspektif Islam Santri Asrama I Pondok Pesantren Ngalah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier berganda dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah santri putri asrama I pondok pesantren Ngalah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk secara *online* di *Marketplace* shopee dalam perspektif islam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,125 < 1,99547$ ) dan nilai signifikan  $0,901 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Sistem pembayaran COD tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk secara *online* di *Marketplace* shopee dalam perspektif islam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,848 < 1,99547$ ) dan nilai signifikan  $0,135 > 0,05$  maka  $H_2$  ditolak. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk secara *online* di *Marketplace* shopee dalam perspektif islam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,515 < 1,99547$ ) dan nilai signifikan  $0,400 > 0,05$  maka  $H_3$  ditolak. Kualitas produk, sistem pembayaran COD dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk secara *online* di *Marketplace* shopee dalam perspektif islam dengan  $F_{hitung}$  sebesar 1,453 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,74 sehingga nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $1,453 < 2,74$ ) maka  $H_4$  ditolak.

## ABSTRACT

Lailanuh, 2023. **The Influence of Product Quality, Payment System Cash On Delivery (COD) and Consumer Trust on Buying Interest Products *online* on the Shopee Marketplace in Islamic Perspective (Case Study of Dormitory I at the Ngalah Islamic Boarding School)**. Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, University of Yudharta Pasuruan, Advisor **Alimatul Farida SE., MM**

**Keywords:** *Product Quality, Payment System Cash On Delivery (COD) Consumer Trust, Buying Interest.*

This study aims to determine the effect of product quality, Cash On Delivery (COD) Payment System and Consumer Trust on Buying Interest Products *online* on the Shopee *Marketplace* in Islamic Perspective of Dormitory I at the Ngalah Islamic Boarding School.

The method used in this study is to use a quantitative method with multiple linear regression and using data collection techniques through questionnaires. The population in this study were female students of dorm I Islamic boarding school Ngalah.

Based on the results of the study it can be concluded that product quality has no significant effect on interest in buying products *online* at the shopee *Marketplace* in an Islamic perspective. This is indicated by the value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $-0,125 < 1,99547$ ) and significant value  $0,901 > 0,05$  so that  $H_1$  rejected. (COD) payment system has no significant effect on the interest in buying products *online* at the shopee *Marketplace* in an Islamic perspective. This is indicated by the value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $0,848 < 1,99547$ ) and significant value  $0,135 > 0,05$  so that  $H_2$  rejected. Consumer trust has no significant effect on the intention to buy products *online* at the Shopee *Marketplace* in an Islamic perspective. This is indicated by the value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $1,515 < 1,99547$ ) and significant value  $0,400 > 0,05$  so that  $H_3$  rejected. Product quality, COD payment systems and consumer trust have no significant effect on interest in buying products *online* at the Shopee *Marketplace* in an Islamic perspective with  $F_{count}$  of 1,453 while  $F_{table}$  of 2,74 so that the value of  $F_{count} < F_{table}$  ( $1,453 < 2,74$ ) so that  $H_4$  rejected.

## مستخلص البحث

لايلانوه, 2023. تأثير جودة المنتج ونظام الدفع عند التسليم (COD) وثقة المستهلك على الاهتمام بشراء المنتج عبر الإنترنت في السوق شوبي من منظور إسلامي في مهجع سانتري أنا بوندوك بيسانترين نغاللا. اطروحه. الاقتصاد الشرعي، كلية الدين الإسلامي، جامعة يودارتا باسوروان. المشرفة  
علیمة الفریدة SE., MM

الكلمات الدالة: جودة المنتج ، نظام الدفع عند الاستلام ، ثقة المستهلك ، مصلحة الشراء

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جودة المنتج ونظام الدفع عند التسليم (COD) وثقة المستهلك على الاهتمام بشراء المنتجات عبر الإنترنت في سوق Shopee من منظور إسلامي Santri I Dormitory Pondok Pesantren Ngalah.

الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي استخدام الأساليب الكمية ذات الانحدار الخطي المتعدد واستخدام تقنيات جمع البيانات من خلال الاستبيانات. كان السكان في هذه الدراسة من طالبات المهجع I Ngalah المدرسة الداخلية الإسلامية.

بناء على نتائج هذه الدراسة ، يمكن استنتاج أن جودة المنتج لا تؤثر بشكل كبير على الاهتمام بشراء المنتجات عبر الإنترنت في سوق التسوق من منظور إسلامي. يشار إلى ذلك من خلال جدول t المحسوب  $(-0.125 < 1.99547 < t$  والقيمة المعنوية  $0.901 < 0.05$  ثم يتم رفض  $H_1$ . لا يؤثر نظام الدفع عند الاستلام بشكل كبير على الاهتمام بشراء المنتجات عبر الإنترنت في سوق التسوق من منظور إسلامي. يشار إلى ذلك من خلال جدول t المحسوب  $(0.848 < 1.99547 < t$  وقيمة معنوية تبلغ  $0.135 < 0.05$  ثم يتم رفض  $H_2$ . لا تؤثر ثقة المستهلك بشكل كبير على الاهتمام بشراء المنتجات عبر الإنترنت في سوق المتاجر من منظور إسلامي. يشار إلى ذلك من خلال جدول t المحسوب  $(1.515 < > t$  والقيمة المعنوية  $0.400 < 0.05$  ثم يتم رفض  $H_3$ . لا تؤثر جودة المنتج ونظام الدفع عند الاستلام وثقة المستهلك بشكل كبير على الاهتمام بشراء المنتجات عبر الإنترنت من متجر Marketplace من منظور إسلامي مع عدد  $F$  1.453 بينما جدول  $F$  هو 2.74 بحيث يتم حساب قيمة  $F >$  جدول  $F(1.453 < 2.74)$  ثم يتم رفض  $H_4$ .