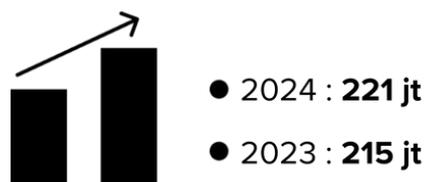


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia kini tak lagi memiliki batas karena banyaknya kemajuan teknologi yang dihasilkan oleh kemajuan zaman. Internet adalah salah satu contoh kemajuan dan perubahan teknologi. Hampir semua komputer dan perangkat seluler di planet ini dapat terhubung ke internet melalui teknologi, yang memungkinkan komunikasi dan berbagi informasi di antara mereka. Dengan Internet, orang dapat berkomunikasi satu sama lain secara virtual, menerbitkan ide, dan bertransaksi untuk produk dan layanan dengan lebih cepat dan mudah. Internet juga menciptakan ruang publik yang melampaui batas geografis (O'Brien & Marakas, 2017). Saat ini, hampir semua kalangan sudah bisa mengakses dan menggunakan internet. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), angka ini merupakan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023–2024 :



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2023-2024

Sumber: (Survei Internet APJII, 2024)

Berdasarkan informasi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), grafik di atas menggambarkan basis pengguna internet di negara ini. Di Indonesia, terdapat 221 juta pengguna internet secara keseluruhan pada tahun 2024 dibandingkan dengan 215 juta pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan pengguna internet dari tahun 2023 ke tahun 2024.

Banyak aktivitas masyarakat yang berubah akibat perkembangan internet, salah satunya adalah berbelanja secara daring di toko daring (*Online Shop*), baik melalui platform jejaring sosial maupun platform marketplace. Bagi sebagian besar masyarakat yang menghabiskan waktu di rumah, berbelanja secara daring merupakan salah satu pilihan terbaik. Oleh karena itu, salah satu format lain yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk menyediakan barang atau jasa kepada konsumen adalah toko daring.

Ritel daring mengalami pertumbuhan seiring dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan layanan internet, yang merupakan hasil dari keterjangkauan dan kemudahan penggunaannya. Meningkatnya efisiensi industri dalam menyediakan berbagai produk untuk pemasaran media daring merupakan faktor lain yang berkontribusi terhadap pertumbuhan *Online Shop*. Hal inilah yang mendorong pertumbuhan toko daring dan bisnis lain yang menjual barang dan jasa karena mudah dioperasikan, tidak memerlukan banyak modal, dan tidak memerlukan sistem manajemen yang rumit. Saat ini, yang dibutuhkan untuk

mempromosikan suatu produk hanyalah foto produk dan konektivitas internet produk tersebut dapat dijual di pasar atau platform media sosial. Bisnis tersebut sudah dapat berjalan.

Salah satu kategori produk yang di jual secara *online* adalah aksesoris. Aksesoris adalah pemanis penampilan yang bisa mengangkat gaya seseorang secara instan. Mereka adalah detail kecil yang bisa membuat perbedaan besar dalam tampilan keseluruhan seseorang. Dari anting-anting yang gemerlap hingga dasi yang elegan, aksesoris datang dalam berbagai bentuk, ukuran, dan gaya untuk memenuhi kebutuhan dan selera individu.

Jenis aksesoris sangatlah beragam, mulai dari perhiasan seperti kalung, gelang, anting-anting, gantungan kunci, hingga barang-barang fungsional seperti topi, ikat pinggang, jam tangan, dan kacamata. Ada juga aksesoris yang bertujuan untuk melengkapi busana, seperti bros, syal, selendang, atau mantel. Ada pula aksesoris yang digunakan untuk keperluan tertentu, seperti tas atau dompet untuk membawa barang-barang penting, serta kaus kaki dan dasi untuk menambah sentuhan formal pada penampilan. Namun, aksesoris tidak hanya sekadar barang tambahan untuk penampilan. Mereka bisa menjadi ekspresi kreativitas dan identitas personal seseorang.

Berlin Aksesoris adalah salah satu *online shop* yang menjual produk aksesoris dari Madiun Jawa Timur yang mulai beroperasi sejak 2019. Adapun lokasi tepatnya di Dusun Dingin Desa Golan Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. Berlin Aksesoris menjual berbagai macam produk aksesoris yang cantik, lucu dan sedang *trending*. Platform yang digunakan

online shop Berlin Aksesoris untuk memasarkan produk mereka adalah *marketplace* shopee dengan nama akun @berlincollection dan sosial media *Instagram* dengan nama akun @berlinaksesoris. Berlin Aksesoris menyajikan foto-foto inovatif dan berkualitas tinggi di *platform* media sosial mereka, menciptakan presentasi visual yang sangat menarik perhatian.

Adapun beberapa produk yang di jual oleh *Online Shop* Berlin Aksesoris dapat di lihat pada Tabel berikut ini:

Nama Produk	Harga Jual	Penjualan Shopee
Ganci Inisial	22.000,00	3.100
Premium Silver	30.000,00	278
Ring Gold	30.000,00	338
Limit Edisi	45.000,00	45
Ganci Polaroid	22.000,00	60
Strap Hape	25.000,00	8
Gantungan Hape	20.000,00	54
Gelang Mote	8.000,00	13
Tasbih Mote	20.000,00	6
Ganci Akrilik	12.000,00	82
Jepitan Karakter	12.000,00	4
Sandal Karakter	49.000,00	1
<i>Popsocket</i>	20.000,00	8
Tuding Ngaji	8.000,00	37

Tabel 1.1 Produk Berlin Aksesoris

Sumber: Berlin Aksesoris Madiun, 2024

Tabel 1.1 di atas menggambarkan berbagai macam produk yang dijual Berlin Aksesoris. Produk-produk tersebut juga memiliki harga yang berbeda-beda; harga terendah adalah Rp 8.000 dan harga tertinggi adalah Rp 45.000.

Adapun data penjualan *Online Shop* Berlin Aksesoris di tunjukkan pada tabel dibawah:

Tahun	Bulan	Penjualan Via Shopee (Rp)
2022	Januari	-
	Februari	-
	Maret	5.714.942,00
	April	3.131.090,00
	Mei	2.326.133,00
	Juni	3.369.448,00
	Juli	5.259.709,00
	Agustus	6.102.509,00
	September	2.499.587,00
	Oktober	589.005,00
	November	185.827,00
	Desember	274.000,00
2023	Januari	510.339,00
	Februari	1.872.354,00
	Maret	1.668.515,00
	April	2.430.790,00
	Mei	7.437.252,00
	Juni	12.607.874,00
	Juli	6.084.025,00
	Agustus	5.445.767,00
	September	9.443.119,00
	Oktober	11.515.868,00
	November	9.944.070,00
	Desember	12.407.780,00

Tabel 1.2 Penjualan Shopee Berlin Aksesoris Tahun 2022-2023

Sumber: Berlin Aksesoris Madiun, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat penjualan berlin aksesoris di marketplace shopee fluktuatif dari bulan Januari tahun 2023 hingga bulan

Desember tahun 2024, tapi mengalami peningkatan dari tahun 2022 ke tahun 2023. Pihak Berlin Aksesoris menerangkan bahwa bulan yang mengalami penurunan penjualan secara drastis dikarenakan beberapa hal seperti adanya order dalam jumlah yang besar dari pihak tertentu sehingga promosi terpaksa tidak dijalankan, tidak optimal saat bulan puasa dan lain lain.

Toko daring dalam rangka untuk mengembangkan bisnisnya, harus mampu harus mampu bersaing dengan meningkatkan penawaran mereka. Misalnya, berfokus pada kualitas produk dan menawarkan opsi pembayaran yang mudah dan efisien kepada pengguna dapat membantu membangun kepercayaan pengguna dan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Seorang konsumen yang ingin melakukan pembelian harus memiliki beberapa pilihan yang tersedia bagi mereka. Melakukan pembelian melibatkan pemilihan dari berbagai pilihan alternatif (Schiffman & Kanuk, 2024). Metode yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan menentukan hasil dari pilihan pembelian. Hal ini dapat dipahami sebagai berikut: saat melakukan pembelian, konsumen mempertimbangkan pilihan mereka dan membandingkannya sebelum memilih satu. Pertimbangan psikologis merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kotler dan Armstrong (2008) Kepastian untuk melakukan pembelian setelah mengetahui suatu produk merupakan salah satu penanda keputusan pembelian, yaitu titik dalam proses pembelian di mana pelanggan telah

memutuskan untuk melakukan pembelian setelah mengumpulkan cukup pengetahuan atau informasi terkait produk. Saat momen ini, pelanggan merasa yakin dan mantap dengan keputusan mereka karena telah memperoleh pemahaman yang memadai tentang karakteristik, manfaat, dan nilai dari produk atau layanan tersebut.

Konsumen yang berbelanja *online* di Berlin Aksesoris sendiri bisa melihat banyak informasi dari produk sebelum melakukan pembelian, mulai dari gambar produk, video produk, katalog produk, ukuran produk, detail dan deskripsi produk, bahkan ulasan dari pelanggan yang sudah pernah membeli di Berlin Aksesoris. Informasi-informasi itu membantu para pembeli merasa yakin dan mantap dengan keputusan membeli atau tidak membeli produk.

Bila menyangkut pembelian daring, kualitas produk biasanya memainkan peran utama dalam pilihan yang dibuat pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), parameter seberapa bagus kualitas suatu produk atau jasa salah satunya ditentukan oleh seberapa bagus produk atau jasa tersebut memenuhi kebutuhan konsumen. Agar merasa puas, konsumen menginginkan barang yang mereka beli memiliki kualitas tinggi dan memenuhi harapan mereka. Menurut Sopiah & Sangadji (2016) beberapa alat ukur yang bisa digunakan untuk mengevaluasi kualitas produk adalah kinerja produk dan desain produk.

Kinerja produk-produk *online shop* Berlin Aksesoris sangat baik, produk terlaris gantungan kunci dapat digunakan dan berfungsi dengan

baik. Gantungan kunci umumnya digunakan sebagai penanda kunci agar kunci yang kecil terlihat lebih besar dan tidak mudah hilang, gantungan kunci dari *online shop* Berlin Aksesoris sangat memenuhi fungsi itu. Produk-produk lain juga terbukti berfungsi dengan baik, seperti gelang yang digunakan untuk aksesoris tangan, gantungan *handphone* yang digunakan untuk aksesoris *handphone*, gantungan mobil digunakan untuk aksesoris mobil dan sebagainya. Lebih-lebih selain bisa digunakan untuk fungsi utama produk, produk *online shop* Berlin Aksesoris juga mempunyai fungsi tambahan yaitu fungsi estetika, karena desain nya yang unik dan cantik.

Desain produk-produk *online shop* Berlin Aksesoris unik dan cantik. Desain nya unik karena konsumen bisa menyesuaikan desain sesuai keinginan dan selera mereka, seperti memilih warna, menambahkan nama, bahkan bisa menambahkan foto favorit mereka pada beberapa produk seperti gantungan kunci, gantungan mobil dan *popsocket*. Desain cantik karena semua produk yang di jual *online shop* Berlin Aksesoris telah dihias sedekimian rupa sehingga terlihat menarik, mulai dari awal pembuatan hingga *finishing* adalah proses yang panjang dan memerlukan kekreatifan. Mereka juga memperhatikan hal-hal kecil seperti pemilihan warna yang sedang diminati, hingga penataan bahkan posisi hiasan dari produk-produk yang dijual.

Berlin Aksesoris sangat memperhatikan kualitas produk, mulai indikator kinerja hingga indikator desain, berikut adalah gambar menunjukkan penilaian toko Berlin Aksesoris di *marketpace shopee*:

Penilaian Toko Berlin Aksesoris	
Nilai Toko 4.9/5.0	
Kualitas baik	25 ulasan
Bagus	71 ulasan
Lucu	59 ulasan
Pengiriman cepat	40 ulasan
Cantik sekali	45 ulasan
Pesanan sesuai	13 ulasan
Mantap	3 ulasan
Admin ramah	5 ulasan
TOTAL	247 ulasan

Tabel 1.3 Penilaian Toko Berlin Aksesoris di

Marketplace Shopee

sumber: <https://shopee.co.id/>

Berdasarkan tabel 1.3 Berlin Aksesoris mendapat penilaian positif dari 247 pembeli, nilai 4.9 dari 5.0. Diantaranya mendapat 25 penilaian kualitas baik, 71 penilaian produk bagus, 59 penilaian produk lucu, 40 penilaian pengiriman cepat, 45 penilaian produk cantik sekali, 13 penilaian pesanan sesuai, 3 penilaian produk mantap dan sebagainya. Beberapa penilaian ini menunjukkan kualitas produk Berlin Aksesoris di nilai baik oleh pembeli.

Dibandingkan dengan pesaing Berlin Aksesoris juga termasuk unggul,

Gantungan Kunci Huruf				
10 Toko Dengan Produk Berkualitas Dengan Penjualan Bulanan Tertinggi				
Nama Toko	Jumlah Penjualan	Harga (Rp)	Nilai	Jumlah Penilai
HNL Colection	1.000+	4.160,00	4.6	44
Radio Cetak	939	5.999,00	4.8	156
hopedmood	323	2.400,00	4.8	36
Edelwis Craft	313	4.750,00	4.9	98
Biandeco	236	37.500,00	4.9	808
helloBi_	181	3.965,00	4.7	6
Berlin Collection	141	22.000,00	4.9	264
Stroberi Official Shop	112	8.000,00	4.9	112
CLEOVE.R	87	33.500,00	5	87
kejunvariasi	70	1.000,00	4.8	70

Tabel 1.4 Produk Terlaris Shopee Kategori Gantungan Kunci

sumber: <https://shopee.co.id/>

Berdasarkan tabel 1.4 salah produk Berlin Aksesoris mendapat peringkat ke tujuh sebagai produk terlaris di shopee dengan rata rata penjualan 141 pcs per bulan dan 264 penilaian positif dengan nilai 4.9 dari 5.0.

Selain kualitas produk, faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan adalah metode pembayaran. Salah satu opsi pembayaran yang saat ini populer yaitu *Cash on Delivery (COD)*. Metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)* memungkinkan konsumen untuk membayar tunai kepada perusahaan pengiriman saat produk diantar ke alamat tujuan. Dengan sistem ini, pembeli dapat menyelesaikan pembayaran setelah menerima barang, toko daring mampu menawarkan

sistem pembayaran yang lebih menjaga keamanan dan privasi konsumen” (Halaweh, 2017). Dengan metode pembayaran *cash on delivery (COD)*, penjual dan pembeli sepakat bahwa penjual akan menerima pembayaran saat produk dikirimkan ke alamat tujuan. Metode ini memberikan pilihan yang aman, nyaman, dan mudah bagi pelanggan, karena mereka dapat melakukan pembelian tanpa harus keluar rumah untuk mencari dan membayar barang yang diinginkan. Menurut Mayangsari dan Amina (2022), layanan *COD* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian; semakin besar dampaknya terhadap keputusan konsumen, maka semakin baik pula kualitas layanan *COD* yang diberikan. Beberapa alat ukur yang bisa di gunakan untuk mengevaluasi layanan metode pembayaran *cash on delivery* yaitu keamanan dan privasi konsumen (Halaweh, 2017).

Berlin Aksesoris sangat menjamin keamanan konsumen dalam menyediakan layanan metode pembayaran *cash on delivery*. Konsumen yang akan membeli di Berlin Aksesoris tidak perlu khawatir apabila barang tidak sampai atau barang yang sampai tidak sesuai pesanan. Karena konsumen bisa melakukan pembayaran nanti setelah barang benar-benar sudah diterima.

Privasi konsumen yang memilih layanan metode pembayaran *cash on delivery* saat membeli barang di *online shop* Berlin Aksesoris juga sangat terjaga, konsumen hanya perlu membagikan nama penerima, nomor hape yang bisa di hubungi dan alamat tujuan saja. Konsumen tidak harus

membagikan kartu kredit apalagi kartu identitas, sehingga privasi mereka sangat terjaga ketika menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* ini.

Gambar berikut mengilustrasikan opsi pembayaran yang dipilih pelanggan Berlin Aksesoris. Berlin Aksesoris menerima pembayaran tunai saat pengiriman:

Bulan	Jumlah Paket	COD	Transfer	% COD
Okt-23	102	48	54	47%
Nov-23	355	175	180	49%
Des-23	608	342	266	56%
Jan-24	313	187	126	60%
Feb-24	391	224	167	57%
Mar-24	328	182	146	55%
Total	2.097	1.158	939	55%

Tabel 1.5 Paket Berlin Aksesoris dari Pembeli Order Via WhatsApp

Bulan Oktober 2023 sampai Maret 2024

sumber: Berlin Aksesoris Madiun, 2024

Tabel 1.5 menunjukkan selama 6 bulan yaitu dari bulan Oktober tahun 2023 sampai bulan Maret tahun 2024, sebanyak 55% pembeli memilih metode pembayaran *cash on delivery*, ada 1158 pembeli dari 2097 pembeli secara keseluruhan yang menggunakan metode pembayaran *cash on delivey* untuk menyelesaikan transaksi.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan oleh pihak tertentu pada integritas, reliabilitas dan durabilitas oleh pihak lainnya dalam suatu hubungan yang diyakini akan memberikan pengaruh yang positif dan bagi pihak yang dipercaya tindakannya merupakan keperluan yang baik.

Menurut Mowen & Minor (2002) Kepercayaan mencakup semua informasi yang telah dipelajari dan dimiliki pelanggan, serta semua kesimpulan tentang karakteristik, item, dan keuntungan yang mereka tawarkan. Kepercayaan dapat dibangun dari ekspektasi konsumen terhadap janji yang dibuat oleh merek. Jika produsen dapat memenuhi ekspektasi tersebut, kepercayaan konsumen akan semakin kuat, namun apabila harapan konsumen tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan maka kepercayaan konsumen akan berkurang (Apriyanti & Setyowati, 2021).

Menjaga kepercayaan konsumen sangat penting untuk mendorong pembelian dan membina basis klien yang setia. Kepercayaan yang timbul antara penjual dan pembeli akan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk *online shop* Berlin Aksesoris. Dengan memiliki kualitas produk yang baik dan didukung layanan *cash on delivery*, kepercayaan konsumen akan meningkat. Hal ini menjadikan produk Berlin Aksesoris sebagai pilihan aksesoris yang banyak dicari konsumen.. Berlin Aksesoris percaya bahwa dengan menjaga kualitas produk dan mendukung layanan *cash on delivery* dengan baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan mereka dan pada akhirnya mempengaruhi konsumen untuk membeli dengan kata lain keputusan pembelian juga meningkat. *Online Shop* Berlin Aksesoris sangat menjaga kepercayaan konsumen. Dari segi kemampuan, mereka berusaha sebaik mungkin untuk menciptakan produk yang diinginkan oleh konsumen. Dari segi kebaikan hati, mereka melayani konsumen dengan sikap yang baik

sebagai bentuk penghargaan terhadap kepercayaan konsumen. Dari segi integritas, mereka menjaga kejujuran dalam bertransaksi, memastikan bahwa kesepakatan dengan konsumen selalu terjaga dengan baik.

Memprediksi tindakan seseorang dalam situasi ketika kehendak bebasnya terbatas. "Teori perilaku terencana," yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1987, menyatakan bahwa "perilaku seseorang ditentukan oleh niat perilakunya, yang mana terdapat tiga hal yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan pengendalian perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*)".

Theory of Planned Behavior didasarkan pada gagasan bahwa manusia adalah makhluk rasional yang secara sistematis menggunakan informasi yang dimilikinya. Sebelum mengambil keputusan untuk bertindak, seseorang akan mempertimbangkan konsekuensi dari pilihannya.

Titasari (2023) menyatakan bahwa dampak uang tunai terhadap biaya pengiriman, biaya produk, dan kualitas produk semuanya memengaruhi keputusan untuk membeli pada saat yang sama. Mahasiswa Unisma merupakan populasi penelitian. Komariyah & Subiyantoro (2023) menyatakan bahwa pemasaran, pilihan pembayaran, dan kualitas produk memiliki dampak yang signifikan dan menguntungkan pada berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian secara bersamaan. Menurut Pulungan (2021), Kepercayaan konsumen terhadap pasar sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Namun, bertentangan dengan kepercayaan umum bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan

pembelian, penelitian Nadiya & Wahyuningsih (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan tidak penting dalam keputusan pembelian. Temuan peneliti yang lain menunjukkan bahwa *cash on delivery* atau pembayaran tunai saat pengiriman memiliki dampak yang sedikit menguntungkan pada keputusan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (Ramadhan et al., 2023). Terdapat kekosongan penelitian mengenai dampak metode pembayaran dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian karena penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara metode pembayaran tunai dan pengiriman menghasilkan temuan yang tidak konsisten.

Adanya perbedaan dari berbagai penelitian yang telah disebutkan, maka menimbulkan *gap research*, penelitian membutuhkan variabel yang dapat menengahi adanya *gap research* tersebut. Dalam penelitian saat ini, peneliti mencoba melakukan penelitian dengan populasi pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris yang mana populasi lebih beragam mulai dari usia, domisili, demografi dan lain lain. Peneliti saat ini juga menggunakan variabel kepercayaan konsumen yang dapat memediasi atau sebagai variabel *intervening* dari pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian.

Informasi latar belakang yang diberikan dan kesenjangan penelitian yang mendorong penyelidikan lebih lanjut tentang hubungan antara kualitas produk, metode pembayaran tunai saat pengiriman, dan keputusan pembelian konsumen dengan kepercayaan yang bertindak sebagai perantara

mengarahkan penulis untuk memilih judul penelitian “PERAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MEMEDIASI KUALITAS PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ONLINE SHOP* (Studi Kasus Konsumen *Online Shop* Berlin Aksesoris)”.

B. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah, dapat digunakan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel bebas yaitu kualitas produk dan metode pembayaran *cash on delivery*, variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian, dan variabel *intervening* yaitu kepercayaan.
2. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei terhadap konsumen yang pernah membeli di *online shop* Berlin Aksesoris.

C. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah dan pembatasan masalah terlihat bahwa permasalahan dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris?
2. Apakah metode pembayaran *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris?
4. Apakah terdapat metode pembayaran *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris?
5. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah metode pembayaran *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris.

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh metode pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh metode pembayaran *cash on delivery* terhadap kepercayaan konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris.
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui adanya pengaruh metode pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan *online shop* Berlin Aksesoris melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi peneliti, bagi perusahaan dan bagi Universitas PGRI Madiun, kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta teori-teori yang mendukung strategi pemasaran khususnya pada pemahaman tentang kualitas produk, metode pembayaran *cash on delivery*, kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen.
- b. Memberikan sumbangan berupa hasil pemikiran dan penelitian yang dapat dijadikan gambaran dan perbandingan untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang

2. Kegunaan Praktis

Untuk membantu toko *online* Berlin Aksesoris memahami pentingnya kepercayaan konsumen dalam memoderasi dampak kualitas produk dan metode pembayaran tunai saat pengantaran terhadap keputusan pembelian, karya tulis ilmiah ini bertujuan untuk memberikan setidaknya sedikit informasi dan gambaran umum.

3. Kegunaan bagi Peneliti

Selain menambah wawasan dan pengetahuan, kajian ini dapat membantu seseorang untuk lebih mengaktualisasikan diri.

Kajian ini juga dapat digunakan untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di perkuliahan, khususnya di bidang pemasaran.