

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA FKIP UNPAS

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi dan Pendidikan
Matematika FKIP Unpas Angkatan 2016)

Oleh

Siti Budiarti
155020034

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui transaksi *e-commerce* pada mahasiswa Pendidikan Biologi dan Pendidikan Matematika FKIP UNPAS, untuk mengetahui perilaku konsumen mahasiswa Pendidikan Biologi dan Pendidikan Matematika FKIP UNPAS, untuk mengetahui besarnya pengaruh transaksi *e-commerce* terhadap perilaku konsumen Mahasiswa Pendidikan Biologi dan Pendidikan Matematika FKIP UNPAS, untuk mengetahui pendidikan perilaku konsumen pada mahasiswa Pendidikan Biologi dan Pendidikan Matematika FKIP UNPAS (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi dan Pendidikan Matematika FKIP Unpas Angkatan 2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan sampel mahasiswa program studi pendidikan biologi dan pendidikan matematika FKIP Unpas angkatan 2016 yang berjumlah 111 mahasiswa. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana melalui perhitungan rata-rata skor dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics Version 24.0. for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan rekapitulasi skor rata-rata tanggapan responden mengenai *e-commerce* sebesar 3,89 (77,71%) dan perilaku konsumen sebesar 3,76 (74,80%). Pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumen berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0,342. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa variabel X mempunyai pengaruh sebesar 34,2% terhadap variabel Y dan sisanya 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor yang memberikan pengaruh kepada variabel Y sebanyak 34,2% disebabkan variabel X berupa *e-commerce*. Penulis menyarankan kepada pihak-pihak terkait yakni: (1) Bagi mahasiswa, diharapkan mahasiswa mampu mengaplikasikan atau menggunakan *e-commerce* dalam kehidupan sehari-harinya sesuai dengan perilaku konsumen yang baik dan bijaksana; (2) Bagi program studi, memberikan pembinaan atau pun menjadikan mata kuliah baru mengenai *e-commerce* dan perilaku konsumen kepada mahasiswa agar mampu berproses sebagaimana harusnya menjadi seorang konsumen yang baik. (3) Bagi universitas, memberikan himbauan mengenai pentingnya pendidikan *e-commerce* serta pendidikan perilaku dengan tujuan untuk menjadikan mahasiswa memiliki perilaku konsumen yang rasional, serta menjadikan mahasiswa menjadi konsumen yang bijaksana. (4) Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian serupa dengan faktor lain dan maupun topik pembahasan yang berbeda agar diperoleh berbagai alternatif untuk peningkatan hasil dari *e-commerce* di perguruan tinggi terhadap perilaku konsumen.

Kata Kunci : *E-Commerce, Perilaku Konsumen.*