

ABSTRAK

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

MAHASISWA FKIP UNPAS

(Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan FKIP Unpas Angkatan 2016)

Oleh:

Siti Amalia Nadhilah Saeful

155020031

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui transaksi *e-commerce* pada mahasiswa, untuk mengetahui perilaku konsumen mahasiswa, untuk mengetahui besarnya pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumen, untuk mengetahui pendidikan perilaku konsumen mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) Angkatan 2016 FKIP Unpas. Untuk membahas perumusan masalah tersebut diatas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, dan teknik pengumpulan data berupa angket. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) Angkatan 2016 FKIP Unpas yang berjumlah 99 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis verifikatif data melalui perhitungan rata-rata skor dengan bantuan *IBM SPSS Statistics Version 24.0*. Hasil penelitian rekapitulasi skor rata-rata tanggapan responden mengenai *e-commerce* sebesar 4,33 dengan persentase 86,84% sedangkan mengenai perilaku konsumen sebesar 4,01 dengan persentase 79,91%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *e-commerce* dan perilaku konsumen “sangat baik”. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumen yaitu dilihat dari perhitungan koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0,302 Hal ini dinyatakan variabel X mempunyai pengaruh sebesar 30,2% terhadap variabel Y dan 79,91% dipengaruhi oleh faktor lain. Sebagai penutup penulis menyampaikan saran kepada Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) untuk mengadakan pelatihan dan pembinaan mengenai perilaku konsumen atau memunculkan mata kuliah baru mengenai perilaku konsumen. Karena cara ini dapat membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumen rasional.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Perilaku Konsumen