

## **RINGKESAN**

### **PANGARUH E-COMMERCE KANA KABIASAAN KONSUMEN FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN**

*(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi sareng Pendidikan Pancasila sareng Pendidikan Kewarganegaraan (PPKn) FKIP Unpas Angkatan 2016)*

*Ku:*

**Siti Amalia Nadhilah Saeful**

**155020031**

*Tujuan pananglungtikan ieu pikeun nangtoskeun transaksi e-commerce dina mahasiswa, menduan paripolah konsumen mahasiswa, pikeun nangtukeun gedéna pangaruh e-commerce dina paripolah konsumen, pikeun nangtukeun mahasiswa pendidikan palaku konsumen di Pendidikan Ekonomi sareng Pendidikan Pancasila sareng Kewarganegaraan (PPKn) 2016 FKIP Unpas. Pikeun ngabahas ngarumuskeun masalah di luhur dina panian ieu teh panulis nganggo metodeu panalungtikan asosiatif kausal kalayan pendekatan kuantitatif, sareng teknik pendataan dina wujud angkét. Sampel tina ulikan ieu mahasiswa tina Program Studi Pendidikan Ekonomi sareng Pendidikan Pancasila sareng Kewarganegaraan (PPKn) FKIP Unpas angkatan 2016 anu numana 99 urang. Analisis data anu digunakeun nyaéta verifikasi analisis data ku cara ngitung skor rata-rata kalayan bantuan IBM SPSS Statistik Vérsi 24.0. Hasil tina rekapitulasi tina skor rata-rata réspón réspónéna kana e-commerce jumlahna aya 4,33 kalayan persentase 86,84% samentawis paripolah konsumén sagedé 4,01 kalayan persentase tina 79.91%. Ku kituna, hal ieu bisa disimpulkan yén réspónan réspónéna kana e-commerce sareng paripolah konsumen "Sae Pisan". Dumasar kana analisis data anu parantos dilakukeun, hasil panalungtikanana tina pangaruh e-commerce dina laku-konsumén nunjukeun tina itungan koefisien determinasi jeung nilai R Square 0,302 ieu nyatakeun yén variabel X miboga 30.2% pangaruh y jeung 79.91% dipangaruhan ku faktor séjén. Dina caket, pangarang ngajak bongbolongan ka sareng teknik pendataan dina wujud angkét. Sampel tina ulikan ieu mahasiswa tina Program Studi Pendidikan Ekonomi sareng Pendidikan Pancasila sarta Kewarganegaraan (PPKn) FKIP Unpas angkatan 2016 pikeun ngagelar palatihan sareng asah dina paripolah konsumen atanapi nyariurkeun kursus-kursus anyar dina paripolah konsumen. Kusabab metoda ieu tiasa ngadamel mahasiswa gaduh kabiasaan konsumen rasional.*

**Konci:** *E-Commerce, Paripolah Konsumén*