

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**

#### **MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN**

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah FKIP Unpas Angkatan 2016).

**Oleh :**

**Siti Shopiah**

**155020033**

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 mahasiswa, untuk mengetahui pendidikan perilaku konsumen mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah 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 Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah Angkatan 2016 FKIP Unpas yang berjumlah 61 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 4,29 sedangkan mengenai perilaku konsumen sebesar 3,88. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *e-commerce* “Sangat Baik” dan tanggapan responden terhadap perilaku konsumen “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 0,306. Hal ini dinyatakan variabel X mempunyai pengaruh sebesar 30,6% terhadap variabel Y dan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Sebagai penutup, penulis menyampaikan saran kepada Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah untuk mengadakan pelatihan atau pembinaan mengenai perilaku konsumen, memunculkan mata kuliah baru mengenai perilaku konsumen atau mengintegrasikan dengan mata kuliah lain. Karena cara ini dapat membekali mahasiswa dalam pengambilan keputusan konsumen yang baik.

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