

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN**

**(Studi Kasus Pendidikan Guru Sekolah Dasar Angkatan 2016)**

Oleh :

**Okky Octaviana  
155020025**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana transaksi *e-commerce*, perilaku konsumen, pendidikan perilaku konsumen serta besarnya pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumen mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan sampel mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar yang berjumlah 123 mahasiswa. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana melalui perhitungan rata-rata skor. Hasil penelitian menunjukkan rekapitulasi skor rata-rata tanggapan responden mengenai transaksi *e-commerce* sebesar 4,15 (83%) atau “sangat sering/sangat kuat” dan perilaku konsumen sebesar 3,93 (79%) atau “setuju/kuat”. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6,746 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sementara berdasarkan perhitungan uji determinasi nilai  $R^2$  menunjukkan sebesar 0,273. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa variabel X mempunyai pengaruh sebesar 27,3% terhadap variabel Y dan sisanya 72,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Sebagai akhir penelitian, penulis menyampaikan saran kepada pihak terkait yakni : (1) bagi mahasiswa diharapkan dengan adanya *e-commerce* mahasiswa dapat menggunakan media dengan dengan lebih baik guna membeli barang secara online. (2) bagi program studi diharapkan seluruh pihak yang terkait mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang *e-commerce*. (3) Bagi Universitas Diharapkan mampu untuk memberikan himbuan mengenai pentingnya pemahaman mahasiswa tentang *e-commerce* di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP). (4) Bagi peneliti selanjutnya Bagi penelititi lain diharapkan dapat menjadi acuan sebagai bahan penelitian yang serupa tetapi dengan faktor lain, ide maupun sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan penelitiannya.

Kata kunci : *E-commerce*, Perilaku Konsumen