

RINGKESAN

PENGARUH *E-COMMERCE* KANA KABIASAAN KONSUMEN MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN

(Studi Kasus Pendidikan Guru Sekolah Dasar Angkatan 2016)

Ku:

Okky Octaviana

Tujuan diajar ieu nya pikeun milarian kumaha transaksi *e-commerce*, paripolah konsumen, pendidikan tingkah laku konsumen sareng gedena pangaruh *e-commerce* dina paripolah konsumen siswa dina Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Méthode anu digunakeun dina pangajaran ieu mangrupikeun padika panalitian kalayan conto siswa pendidikan sakola dasar kalayan total 123 siswa. Analisis data anu digunakeun nyaéta nganalisis régrési liniér basajan ku ngitung skor rata-rata. Hasilna nunjukkeun yén skor réspon rata-rata réspondén ngeunaan transaksi *e-commerce* nyaéta 4,15 (83%) atanapi "sering pisan / kuat pisan" sareng kabiasaan konsumen nyaéta 3,93 (79%) atanapi "sapuk / kuat". Dumasar kana analisis data anu parantos dilakukeun, hasilna nunjukkeun yén *e-commerce* gaduh pangaruh positif kana Palaku Consumer. Ieu dituduhkeun ku nilai *T* hitung tina 6.746 sareng nilai signifikan tina 0.000. Sedengkeun dumasar kana itungan *tés* nilai *R*² nunjukkeun 0,273. Ieu tiasa dijelaskeun yén variabel *X* ngagaduhan pangaruh tina 27,3% dina variabel *Y* sareng sésa-sésa 72.7% dipangaruhan ku faktor sanés. Nalika mungkas pangajaran, panulis ngalebetkeun saran pikeun pihak anu aya nyaéta (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 himbauan 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.

Kosa kecap : *E-commerce*, Perilaku Konsumen