

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait kajian Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Pengguna Belanja Internet (kajian mahasiswa Fakultas Agama Islam) yang dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya. Ekonomi dan Bisnis UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten) dapat ditarik kesimpulannya adalah:

*E-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengguna *E-Commerce* mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Hal ini ditunjukkan oleh hasil sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,878. Besar kecilnya pengaruh *e-commerce* sebesar 58,6% terhadap perilaku *e-commerce* mahasiswa Fakultas Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya. Variabel penelitian ini. Hal tersebut diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data primer dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai R-squared atau koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,586 atau 58,6%.

#### **B. Saran**

Berdasarkan mengenai pengaruh *e-commerce* perilaku pengguna belanja online mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, peneliti memiliki saran bagi pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung di

dalamnya. untuk mempelajari Beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diharapkan dapat mempertahankan perilaku Islami yang ada dengan mengamalkan nilai-nilai konsumtif sesuai dengan landasan ekonomi Islam.
2. Penyedia *e-commerce* selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda, serta menyajikan deskripsi produk seperti gambar sesuai dengan kualitas produk yang ada, termasuk label Halal. Apabila terjadi perubahan pengiriman atau keterlambatan diharapkan dapat memberitahukan kepada konsumen agar konsumen tidak kecewa, memberikan perlindungan dan keamanan privasi konsumen, serta memperhatikan sistem transaksi bisnis *online* yang telah disepakati bersama. Kesepakatan untuk menjamin kelancaran transaksi *e-commerce* mahasiswa Studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen, sehingga peneliti selanjutnya dapat memperoleh gambaran yang lebih dalam, dan diharapkan dapat memperkuat penelitian yang sudah ada sehingga informasi yang diperlukan dapat memberikan informasi yang signifikan.