



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Perilaku Kosumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi linear sederhana terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *E-commerce* (X) terhadap Perilaku Kosumen (Y). Dilihat dari hasil uji t, diperoleh nilai t-hitung (12,099) lebih besar dari nilai t-tabel (0,967) dengan signifikansi yaitu $0,000 < 0,005$ berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,742 mengindikasikan bahwa e-commerce berkontribusi sebesar 74,2% terhadap perubahan perilaku konsumen, sementara 25,8% dipengaruhi faktor lain. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-commerce* terhadap perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi syariah.
2. Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,742 menunjukkan bahwa e-commerce berkontribusi sebesar 74,2% terhadap perubahan perilaku konsumen, antara lain faktornya adalah tauhid, keadilan, kehati-hatian, dan pertanggung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperjualbelikan, mendistribusikan, atau membuat reproduksi dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengizinkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



jawaban. Sementara 25,8% dipengaruhi faktor lain seperti iklan, tren, dan kondisi finansial individu.

3. Dalam penerapan prinsip ekonomi syariah, mahasiswa cenderung berbelanja online dengan mempertimbangkan aspek *maslahah* (kemanfaatan), menghindari pemborosan (*israf*), serta memastikan sesuai hukum Islam. Meski demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah upaya meminimalkan perilaku konsumen yang kerap muncul akibat paparan promosi digital yang masif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat dan motivasi pada pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Universitas Islam Indragiri (UNISI) hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan kontribusi keilmuan dan referensi terkait Pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi syariah bagi mahasiswa, terutama mahasiswa program studi ekonomi syariah.
2. Untuk penelitian, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan saran, masukan, dan informasi untuk meningkatkan dan motivasi dalam mempromosikan produk bank syariah terhadap masyarakat.

3. Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas populasi dan sampel dalam penelitian dan diharapkan dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian khususnya pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku kosumen dalam perspektif ekonomi syariah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

