

## Analisis Perilaku Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Terhadap Belanja Online

Fufut Fitriy<sup>1</sup>, Anya Regista Cahyani<sup>2</sup>, Salsabilah Nurhidayah<sup>3</sup>, Hadi Peristiw<sup>4</sup>, Wahyu Hidayat<sup>5</sup>, Fitri<sup>6</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin  
Banten

[221410111.fufut@uinbanten.ac.id](mailto:221410111.fufut@uinbanten.ac.id), [221210119.anya@uinbanten.ac.id](mailto:221210119.anya@uinbanten.ac.id),  
[221410127.salsabilah@uinbanten.ac.id](mailto:221410127.salsabilah@uinbanten.ac.id), [wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id](mailto:wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id), [fitriaza@nobel.ac.id](mailto:fitriaza@nobel.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the behavior of Sharia Economics students towards online shopping. Online shopping has become an increasingly popular phenomenon among students, including Sharia Economics students, because of the convenience and ease it offers. Data for this study, which employs quantitative research methodologies, was gathered by distributing questionnaires to forty Sharia Economics students at Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University Banten's Faculty of Economics and Islamic Business. The results showed that factors such as ease of access, attractive offers, and various payment methods, including sharia methods, had a significant effect on students' online shopping behavior. In this study, the t table obtained a table number of 4.966 From the data above the sig value.  $0.05 < X$  value (5.520), which means that the behavior analysis variable (X) has a significant effect on the online shopping variable (Y). It can be concluded that there is a significant relationship between the behavior analysis variable (X) and online shopping (Y) with a correlation value (R) of 0.667 This indicates a positive relationship between behavior analysis and online shopping. In addition, the coefficient of determination (R Square) of 0.445 indicates that about 44.5% of the variation in behavior analysis in Islamic economics students on online shopping.*

**Keywords:** *Online Shopping, Behavior Analysis, Sharia Economics.*

**Abstrak** Penelitian ini memiliki tujuan yakni menganalisis perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah terhadap belanja online. Belanja online telah membuat peristiwa yang semakin populer di kalangan pelajar, termasuk mahasiswa Ekonomi Syariah, karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkannya. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Banten memberikan kuesioner kepada 40 mahasiswa Ekonomi Syariah yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses, penawaran menarik, dan berbagai metode pembayaran, termasuk metode syariah, berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja online mahasiswa. T tabel pada penelitian ini menghasilkan angka tabel sebesar 4,966. Data di atas menunjukkan bahwa variabel pembelian online (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel analisis perilaku (X), yang ditunjukkan dengan nilai sig sebesar  $0,05 < \text{nilai } X$  (5,520). Dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,667 maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel analisis perilaku (X) dengan pembelian online (Y). Hal ini menunjukkan bahwa analisis perilaku dan belanja internet berkorelasi positif. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.445 menunjukkan bahwa sekitar 44.5% variasi dalam analisis perilaku pada mahasiswa ekonomi syariah terhadap belanja online.

**Kata Kunci:** Belanja Online, Analisis Perilaku, Ekonomi Syariah.

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak sisi kehidupan masyarakat, termasuk preferensi belanja mereka. Praktik pembelian secara online menjadi semakin umum di masyarakat, terutama di kalangan pelajar dan generasi muda. Kemudahan

Received: Mei 30, 2024; Accepted: Juni 30, 2024; Published: Agustus 30, 2024

\* Fufut Fitriy, [221410111.fufut@uinbanten.ac.id](mailto:221410111.fufut@uinbanten.ac.id)

akses, kenyamanan, serta berbagai penawaran menarik menjadi faktor-faktor utama yang mendorong pertumbuhan belanja online. Tetapi, perilaku belanja online tidak hanya dipengaruhi oleh hal-hal yang baru saja disebutkan, tetapi juga oleh nilai-nilai, budaya, dan keyakinan individu.

Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ialah salah satu kelompok yang memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi mereka. Nilai-nilai syariah menekankan pada prinsip keadilan, kejujuran, dan kesesuaian dengan hukum pada Islam sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam berbagai aspek dikehidupan, termasuk dalam hal berbelanja. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami bagaimana hal ini mempengaruhi kebiasaan pembelian online mahasiswa Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Banten.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis perilaku belanja online untuk mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Studi ini juga memastikan preferensi belanja mereka dan elemen-elemen yang memengaruhi keputusan mereka ketika berbelanja online. Studi ini juga mengevaluasi tingkat kepercayaan yang mereka berikan kepada peritel online. Selain itu, penelitian ini pula menganalisis pengaruh pada sosial dan budaya terhadap perilaku saat berbelanja online mahasiswa Ekonomi Syariah. Dalam upaya untuk memahami lebih detail, Penelitian ini menggunakan hasil dari pengisian kuesioner dari beberapa mahasiswa Ekonom Syariah, seperti preferensi mengenai penghematan waktu., adanya diskon dan promosi, kualitas produk, pengelolaan anggaran, riset sebelum pembelian, kebebasan waktu, perbandingan harga, ulasan pengguna, fleksibilitas tren hidup, dan akses terhadap produk lokal. Ini merupakan salah satu pilihan bagi para mahasiswa. Untuk beralih ke belanja online untuk memenuhi beberapa kebutuhan mereka (Sari, Tri Kumala et al., 2020).

Dengan memahami perilaku belanja online mahasiswa Ekonomi, penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk platform pembelanjaan online. Dan penelitian ini kami harap dapat memberi wawasan bagi seluruh Dosen dan mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam menyempurnakan kurikulum agar lebih mencerminkan kebutuhan siswa dan kemajuan teknologi.

Dalam konteks akademis, penelitian ini akan mengatur literatur tentang perilaku konsumen di era digital, khususnya di kalangan mahasiswa ekonomi syariah. Penelitian Selain itu, hal ini akan memberikan perspektif baru tentang bagaimana norma-norma syariah harus

diterapkan dalam konteks belanja online, yang hingga saat ini masih jarang dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Melalui penelitian ini juga, kami harap dapat menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang sejauh mana nilai syariah mempengaruhi perilaku belanja online, dan hal-hal apa saja yang telah menjadi pertimbangan utama mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam berbelanja online, juga bagaimana website belanja online dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mahasiswa Ekonomi Syariah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis namun juga manfaat praktis bagi beberapa pihak terkait.

Dan berdasarkan hal di atas, beberapa masalah pada penelitian ini dapat kita simpulkan apakah ada analisis perilaku pada mahasiswa ekonomi syariah terhadap belanja online. Serta tujuan lain dari penelitian ini ialah untuk menyelidiki kebiasaan belanja online mahasiswa ekonomi Islam.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat kuantitatif, melihat data secara numerik dan menarik kesimpulan dari penafsirannya. Angka digunakan dalam pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan, menafsirkan, dan menghasilkan data. Kuesioner yang dibuat khusus untuk mengevaluasi kebiasaan belanja internet mahasiswa Ekonomi Syariah digunakan untuk mengevaluasi data. Prosedur purposive sampling kami gunakan untuk memilih 40 responden sebagai sampel penelitian agar dapat menghasilkan hasil yang representatif. Pertanyaan tentang preferensi efisiensi waktu, dampak penjualan dan diskon, persepsi kualitas produk, pengelolaan anggaran, kebiasaan riset sebelum pembelian, kebebasan berbelanja, perbandingan harga, ulasan pengguna, fleksibilitas gaya hidup, dan ketersediaan barang produksi lokal semuanya dimasukkan dalam pertanyaan kuesioner yang disebar. Untuk menguji hipotesis dan mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian online, data yang dikumpulkan dilakukan analisis statistik deskriptif dan inferensial, termasuk analisis faktor dan regresi linier. Validitas konstruk dan koefisien Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen. Persetujuan diperoleh melalui informed consent, dan kerahasiaan serta anonimitas responden dijamin. Selain menawarkan wawasan teoritis dan praktis tentang bagaimana biaya produk dan layanan mempengaruhi kepuasan konsumen di e-commerce (Shopee), temuan penelitian ini harus membantu merancang strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa Ekonomi Syariah.

## **1. Kerangka Berfikir**

Kajian variabel X dibandingkan dengan variabel Y dijelaskan dengan kerangka pemikiran. Faktor ini menunjukkan jika terdapat dua variabel dalam penelitian ini seperti analisis perilaku (Y) pada variabel terikat dan belanja online (X) sebagai variabel bebas.

Dan tujuan dari hal ini ialah untuk mengetahui apakah analisis perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdampak secara signifikan oleh internet shopping. Menurut hipotesis berikut yang memandu penelitian ini:

H0: Analisis perilaku tidak terpengaruh oleh pembelian online

H1: Dampak pembelian internet terhadap analisis perilaku

## **2. Teknik Analisis Data**

### **Uji Kualitas Data (Uji Validitas)**

Metode yang berguna untuk mengevaluasi validitas, juga dikenal sebagai refraksi kuesioner, yang dipakai oleh peneliti untuk mengurangi variabilitas partisipan dan mengumpulkan data untuk penelitian itu disebut sebagai Uji Validitas. Menurut Sugiyono (2010), Jika ada alat ukur yang mampu menangkap data yang diinginkan akan dianggap sah. Oleh karena itu, jika Pertanyaan-pertanyaan didalam kuesioner mungkin dapat memberi beberapa informasi mengenai subjek yang ingin dijawab dalam kuesioner tersebut, sehingga kuesioner itu sendiri menjadi cukup atas data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Pendekatan yang kami gunakan dalam uji validitas ini adalah Person Correlation, dan dikatakan valid jika hasil signifikannya kurang dari  $\alpha$  (0,05).

Untuk uji validitas ini digunakan batas r tabel yang memakai tingkat signifikansi 0,05 untuk pengambilan keputusan. Nilai korelasi yang melebihi 0,30 menunjukkan bahwa ukuran data pada penelitian ini dianggap memadai dan memerlukan pemeriksaan tambahan.

### **Uji Kualitas Data (Uji Reliabilitas)**

Seberapa baik hasil tes bertahan ketika diberikan kepada subjek yang sama berulang kali dalam kondisi yang sama dikenal sebagai uji reliabilitas. Ketika klaim yang tidak berubah dari waktu ke waktu menjadi fokus utama, kredibilitas akan menjadi tidak valid. Keandalan kuesioner dievaluasi pada penelitian ini dengan memakai teknik Cronbach's Alpha. Selanjutnya, teknik pengambilan keputusan digunakan untuk memastikan reliabilitas instrumen. Selanjutnya, jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, maka mengindikasikan

reliabilitas; jika kurang dari 0,6, maka mengindikasikan tidak reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha variabel lebih dari 0,6, maka dianggap baik.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Untuk memastikan apakah data yang diamati terdistribusi secara teratur ataupun tidak, temuan uji normalitas dinilai dengan menggunakan uji statistik. Distribusi normal adalah distribusi yang menyerupai "gunung" atau "lonceng" di tengah, dengan sebagian besar data terkonsentrasi di sana dan sejumlah kecil tersebar di ujung atas dan bawah. Dalam hal ini, uji normalitas dilakukan dengan pemakaian teknik Kolmogorov Smirnov. Data yang telah dinormalisasi dan tidak dinormalisasi dibandingkan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas menggunakan kriteria ini untuk menentukan apakah data terdistribusi secara teratur atau tidak jika hasil signifikansinya lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dianggap bahwa data tersebut memiliki distribusi yang menyimpang.

#### **Uji Linearitas**

Salah satu asumsi terpenting dalam analisis regresi linier adalah linearitas. Tujuannya adalah agar dapat diketahui apakah variabel independen memiliki hubungan ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ) bersifat linier. Dan untuk pengambilan sebuah Keputusan ialah jika nilai Sig, deviation from linearity  $> 0,05$ , Maka dari itu, adanya hubungan linier antar variabel terikat dan variabel bebas. Selanjutnya, nilai Sig menunjukkan deviasi dari linearitas kurang dari 0,05, yang mengindikasikan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen dan dependen.

#### **Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi kami gunakan untuk pengukuran beberapa bias pada variabel yang disajikan. Koefisien determinasi dua variabel independen dinyatakan dalam R square yang disesuaikan.

## **PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Karakteristik Responden**

Respon yang kami gunakan dalam data penelitian ini berasal dari Mahasiswa/I Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang Sering berbelanja online. Responden yang dijadikan

penelitian berjumlah 40 orang. Dan berdasarkan data 40 orang ini kami gunakan daftar pernyataan, yang kita tentukan yakni data responden yaitu jenis kelamin dan usia.

Deskripsi responden dibawah ini menurut jenis kelamin.

**Tabel 1**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	15	37.5	37.5	37.5
	Perempuan	25	62.5	62.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data table diatas menjelaskan bahwa 25 orang (62,5%) ialah responden yang didominasi oleh perempuan dan 15 orang (37,5%) ialah responden laki-laki. Dan dari data ini dapat kita simpulkan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 2**  
**Usia Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	17	42.5	42.5	42.5
	20 - 25 Tahun	22	55.0	55.0	97.5
	> 25 Tahun	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Data Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden (17 orang, atau 42,5%), mereka yang memiliki usia antara 20 dan 25 tahun (22 orang, atau 55,0%), dan mereka yang berusia di atas 25 tahun (satu orang, atau 2,5%) adalah kelompok usia termuda. Sebagian besar responden, seperti yang dapat disimpulkan dari statistik, berusia antara 20 dan 25 tahun.

### Uji Kualitas Data

#### Uji Validitas

Pada penelitian ini Uji Validitas digunakan agar memberikan kepastian pada instrumen yang akan dipakai untuk mengukur faktor ekonomi. Pada hal ini, kita akan melakukan perbandingan nilai hitung yang dapat didapat dari analisis data dengan nilai r tabel yang relevan. Dengan menggunakan metode perhitungan derajat kebebasan (df) yang mengambil jumlah responden (n) dikurangi 2, kita dapat menentukan nilai r tabel. Karena  $df = N - 2 = 40 - 2 = 38$ , diperoleh r tabel = 0,312 (r tabel dapat ditemukan di Google). Lebih lanjut, rincian tambahan tentang nilai r tabel dapat kita ketahui pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	Paerson Corelation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Analisis Perilaku (X)	X1	0. 794	0,312	Valid
	X2	0. 792	0,312	Valid
	X3	0. 634	0,312	Valid
	X4	0. 746	0,312	Valid
	X5	0. 642	0,312	Valid
Belanja Online (Y)	Y1	0. 801	0,312	Valid
	Y2	0. 823	0,312	Valid
	Y3	0. 675	0,312	Valid
	Y4	0. 653	0,312	Valid
	Y5	0. 838	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS Versi 25

Tabel 3 menyajikan hasil validitas masing-masing variabel yang diberikan kepada 40 responden, dengan 10 pertanyaan menghasilkan jawaban baik. Selanjutnya butir pertanyaan dianggap sah apabila nilai r hitung melebihi nilai r tabel. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa r tabel mempunyai nilai sebesar 0,312. Selain itu, r yang dihitung sesuai dengan nilsi dalam tabel, dan jika dibandingkan dengan t tabel, r yang dihitung menunjukkan nilai yang lebih besar. Lalu, kita bisa menerima hal ini sebagai kebenaran.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4**  
**Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Jumlah Item	Cronvach's Alpha	Keterangan
1	Analisis Perilaku (X)	5	0. 768	Reliabel
2	Belanja Online (Y)	5	0. 807	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS Versi 25

Pada penggunaan metode Cronbach Alpha, kami dapat menentukan nilai alpha untuk Analisis Perilaku (0,768) dan Analisis Belanja Online (0,807) berdasarkan temuan dari pengujian data sebelumnya. Ketika nilai batas ditetapkan pada 0,6, kedua nilai alpha ini melebihi nilai tersebut. Sebagai hasilnya, kita dapat mengatakan bahwa tingkat keandalan kedua variabel ini analisis perilaku dan belanja online cukup memadai.

Hal ini menganalisa bahwa terdeteksi adanya tingkat konsistensi yang tinggi antara variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur analisis perilaku dan belanja online. Komponen ini juga menyiratkan bahwa kita dapat mempercayai dan mengandalkan hal-hal

tersebut untuk memberikan indikasi yang tepat dalam mengkarakterisasi variabel-variabel untuk penelitian yang sedang dilakukan.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas Data**

**Tabel 5**  
**Uji Normalitas Data**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64390490
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.080
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Dari sampel uji normalitas diatas dapat kita ketahui memiliki nilai yang signifikan  $0,200 > 0.05$ , yang berarti selaras pada pengambilan keputusan dalam uji normalitas yang menggunakan Kolmogorov-Smirnov hal ini bisa kita simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Maka dari itu, data sampel yang dipakai pada hal ini bisa dianggap memiliki distribusi yang normal. Hal ini mengindikasikan bahwa agar data empiris yang dikumpulkan dari lapangan dapat memenuhi syarat atas analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini, maka data tersebut juga harus menunjukkan karakteristik distribusi normal.

**Uji Linieritas**

**Tabel 5**  
**Uji Linieritas**

		Mean Square	F	Sig.	
belanja online * analisis perilaku	Between Groups	(Combined)	11.292	4.254	.001
		Linearity	84.505	31.834	.000
		Deviation from Linearity	3.157	1.189	.339
	Within Groups		2.655		
	Total				

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa sig.  $0,339 > 0,05$ , maka selaras pada pengambilan putusan dari Deviation from Linearity dan dapat kita simpulkan bahwasannya hubungan linear pada variabel bebas(X) dan variabel terikat (Y).

## Uji T dan Uji F

### Uji T (Uji Parsial)

**Tabel 6**  
**Uji T (Uji Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.203	2.054		4.966	.000
	analisis perilaku	.564	.102	.667	5.520	.000

Tabel t menghasilkan jumlah sampel sebesar 4,966 dan dari sampel di atas nilai sig.  $0,05 < \text{nilai } X (5,520)$ , memberi petunjuk bahwa adanya hubungan yang signifikan pada variabel analisis perilaku (X) dengan variabel belanja online (Y).

### Uji F (Pengaruh Secara Bersama-sama)

**Tabel 7**  
**Uji F (pengaruh secara Bersama-sama)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.505	1	84.505	30.468	.000 <sup>b</sup>
	Residual	105.395	38	2.774		
	Total	189.900	39			

Berdasarkan data yang disajikan di atas, SPSS Versi 25 digunakan untuk memperoleh F hitung dari data regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa, dengan nilai F hitung sebesar  $30,468 > F$  dan nilai signifikansi bernilai  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  disahkan. Maka hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel belanja online (Y) dipengaruhi secara signifikan dan relatif simultan oleh variabel analisis perilaku (X).

## Uji Determinasi

**Tabel 8**  
**Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 <sup>a</sup>	.445	.430	1.665

Dari hasil analisis sampel ini, dapat kita simpulkan jika adanya hubungan cukup signifikansi antar variabel analisis perilaku (X) juga belanja online (Y) bersamaan pada nilai korelasi (R) yang bernilai 0.667 dan ini mengartikan bahwa ada suatu hubungan positif antar analisis perilaku juga belanja online. Maka dari itu, nilai koefisien determinasi (R Square) bernilai 0.445 memberikan arti bahwa sekitar 44.5% variasi dalam analisis perilaku pada mahasiswa/i ekonomi syariah terhadap belanja online.

## KESIMPULAN

Penelitian ini melibatkan empat puluh mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Jika para mahasiswa berbelanja online secara teratur. Berdasarkan data demografis, mayoritas responden adalah perempuan (62,5%) dan berusia antara 20 dan 25 tahun (55,0%). Data analisis ini membuktikan validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis perilaku dan variabel belanja online memiliki tingkat reliabilitas yang sesuai, menurut uji reliabilitas memakai pendekatan Cronbach Alpha, dengan nilai alpha di atas 0,6. Keabsahan setiap item pernyataan ditunjukkan dengan uji validitas.

Uji asumsi klasik memberi petunjuk bahwa data terdistribusi secara normal, serta hubungan antara variabel independen (analisis perilaku) bersama variabel dependen (belanja online) adalah linier. Hasil uji T secara parsial dan uji F secara simultan menunjukkan bahwa analisis perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap belanja online, dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,667 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 44,5%. Maka dari itu, dapat kita simpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara analisis perilaku dan belanja online di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam penelitian ini. Hal ini juga menunjukkan bahwa sifat-sifat yang diteliti dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikansi terhadap perilaku belanja online mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gondo, Reniko, and Joseph E. Mbaiwa. 2022. "Agriculture." *The Palgrave Handbook of Urban Development Planning in Africa*: 75–103.
- Hasanah, A N. 2023. "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Belanja Online:(Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)." *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2: 454–64. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1836>.
- Khoiriyah, Riza Rosyidah. 2021. "Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Dalam Membeli Produk Online Shop (Perilaku Konsumsi Islami)." : 2.
- Marwiyah, Siti Laelatul, MH Ainulyaqin, and Sarwo Edy. 2023. "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(3): 4279.
- Pospos, Ade fadillah FW, Meliana Fiteri, and Abdul Hamid. 2023. "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam." *Jubima: Jurnal Bintang Manajemen* 1(1): 1–11. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1280>.
- Sahnan, Muhammad, Nurizal Ismail, and Solahuddin Al-Ayyubi. 2023. "Analisis Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Shop." *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 9(2): 278–88.
- Sari, Rahmatika. 2021. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7(1): 44–57.
- Shavitri, Ayun. 2020. "Analisis Perilaku Belanja Online Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMP Purwokerto)." *Skripsi, IAIN Ponorogo*: 1–84.