

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dari pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dikumpulkan mengenai Pengaruh Pengetahuan Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Kepercayaan, dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Mata Kuliah Perilaku Konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 UNIMED.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 UNIMED.
3. *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 UNIMED.
4. Pengetahuan Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Kepercayaan, dan *E-Service Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 25,5% terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 UNIMED.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengajukan beberapa saran:

1. Bagi Peneliti, karea hasil yang dihasilkan pada penelitian ini Pengetahuan Perilaku Konsumen tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen karena tidak menerapkan pengetahuan dalam memilih dan berbelanja pada suatu *Market Place*, diharapkan kedepannya memberitahukan kepada objek pada penelitian ini untuk kedepannya memanfaatkan pengetahuan mereka dalam meilih dan berbelanja pada suatu *Market Place*.
2. Bagi Perusahaan *Market Place*, megingat persaingan bisnis saat ini semakin ketat, penulis menyarankan kepada perusahaan-perusahaan market place agar terus meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dengan terus melakukan inovasi agar terus dapat memenuhi selera konsumen sehingga konsumen dapat terus loyal.
3. Bagi Lembaga Pendidikan UNIMED, kampus merupakan tempat untuk menimba ilmu yang sangat membantu mahasiswa dalam mencapai dan menyelesaikan penelitian ini. Harus didasari kontrol dan koreksi yang dilakukan agar pelaksanaan berjalan dengan lancar.
4. Bagi peneliti selanjutnya, untuk pengembangan ilmu dari bidang yang dikaji kedepannya mungkin bisa diteruskan pada variabel lainnya yang diluar dari penelitian ini yang dapat mungkin dapat mempengaruhi variabel loyalitas konsumen.