

ABSTRAK

Melda Yanti, NIM. 7162143010. Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Kepercayaan, dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Market Place pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Kepercayaan, dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Bisnis 2017 Universitas Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 89 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah nilai akhir mata kuliah perilaku konsumen untuk mengukur Pengetahuan Mata Kuliah Perilaku Konsumen, dan untuk Kepercayaan, *E-Service Quality* dan Loyalitas Konsumen diukur menggunakan angket yang berjumlah 63 soal. Sebelum tes ini diberikan pada sampel sesungguhnya, terlebih dahulu diujicobakan untuk melihat tingkat validitas dan reabilitas. Validitas tes diuji dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Reabilitas tes diuji dengan *Crombach Alpha*. Data dianalisis dengan regresi linear berganda. Untuk menguji hipotesis secara simultan digunakan uji t dan uji f.

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Perilaku Konsumen, Kepercayaan, dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen *Market Place* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Kepercayaan, *E-Service Quality*, Loyalitas Konsumen.

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Melda Yanti, NIM. 7162143010. *Subjects Influence Consumer Behavior, Belief, and E-Service Quality Customer Loyalty Market Place at the Student Business Education 2017 Faculty of Economics, University of Medan. Skripsi. Department of Economic Education, Business Education Program, Faculty of Economics, University of Medan in 2020.*

Research aims to determine Subjects Influence Consumer Behavior, Belief, and E-Service Quality Customer Loyalty Market Place at the Student Business Education 2017 Faculty of Economics, University of Medan.

The research was conducted at the Faculty of Economics, Business Education Program 2017 State University of Medan. The population in this study amounted to 89 students. The sampling technique used is purposive sampling method. The sample in this study amounted to 76 students. Data collection techniques used in this research is the final value of the course to gauge consumer behavior courses Consumer Behavior Knowledge, and for the Trust, E-Service Quality and Customer Loyalty was measured using a questionnaire which amounts to 63 questions. Before the test is given to a sample actually means, first tested to see the level of validity and reliability. The validity of the test is tested by using Product Moment Correlation. The reliability test was tested with Alpha Crombach. Data were analyzed using multiple linear regression. To test the hypothesis simultaneously used t test and f.

Based on the results of data analysis, the conclusion can be drawn that there is a positive and significant influence between Knowledge of Consumer Behavior, Trust, and E-Service Quality on Market Place Consumer Loyalty in Business Education Students 2017.

Keyword: Consumer Behavior, Belief, E-Service Quality and Customer Loyalty

THE
Character Building
UNIVERSITY