

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Sertifikasi Halal, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Restoran Ayam Geprek di Tulungagung” ini ditulis Rahma Putri Ayu Lestari, NIM. 126402213236, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing Dr. Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.

**Kata Kunci:** Harga, Sertifikasi Halal, Kualitas Pelayanan, Lokasi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan kuliner cepat saji di Tulungagung seiring berkembangnya UMKM. Pelaku usaha perlu memahami faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen, khususnya harga, sertifikasi halal, kualitas pelayanan, dan lokasi. Penelitian ini menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung, yaitu Rocket Chicken, Soma Chicken, dan Ayam Geprek Sa’i.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk menguji pengaruh simultan harga, sertifikasi halal, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung; (2) Untuk menguji pengaruh parsial harga terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung; (3) untuk menguji pengaruh parsial sertifikasi halal terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung; (4) untuk menguji pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung; (5) untuk menguji pengaruh parsial lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diambil dari penyebaran secara langsung maupun melalui google form. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 385 responden. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa: (1) harga, sertifikasi halal, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung. (3) sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung. (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung. (5) lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran ayam geprek di Tulungagung.

## ABSTRACT

The thesis entitled “The Effect of Price, Halal Certification, Service Quality, and Location on Consumer Repurchase Interest at Ayam Geprek Restaurants in Tulungagung” was written by Rahma Putri Ayu Lestari, NIM. 126402213236, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung, with the supervisor Dr. Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.

**Keywords:** *Price, Halal Certification, Service Quality, Location*

This research is motivated by the intense competition in the fast food industry in Tulungagung along with the growth of MSMEs. Business actors need to understand the factors that influence consumer repurchase intention, particularly price, halal certification, service quality, and location. This study analyzes the influence of these four variables on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung, namely Rocket Chicken, Soma Chicken, and Ayam Geprek Sa'i.

This study aims to (1) test the simultaneous influence of price, halal certification, service quality, and location on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung; (2) test the partial influence of price on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung; (3) test the partial influence of halal certification on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung; (4) test the partial influence of service quality on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung; (5) test the partial influence of location on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung.

This research method uses a quantitative approach with primary data. Data collection used questionnaires obtained through direct distribution and Google Forms. Sampling used a *purposive sampling* technique with a sample size of 385 respondents. Measurement in this study used a *likert* scale. The data analysis method used was multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis.

The results of this study indicate that: (1) price, halal certification, service quality, and location have a simultaneous significant effect on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung. (2) price has a positive and partially significant effect on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung. (3) halal certification has a positive and partially significant effect on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung. (4) service quality has a positive and partially significant effect on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung. (5) location has a positive and partially significant effect on consumer repurchase intention at geprek chicken restaurants in Tulungagung.