

ABSTRAK

Fuja Zulfa Zahara (1219220051): *Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen di Tom Sushi Summarecon Mall Bandung*

Pertumbuhan populasi Muslim yang pesat di Indonesia telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk halal, khususnya di sektor makanan dan minuman. Restoran Jepang seperti Tom Sushi menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang semakin selektif terhadap aspek kehalalan, harga, dan kualitas pelayanan. Sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, sementara harga dan kualitas pelayanan turut menentukan keputusan pembelian ulang. Namun, masih terdapat gap penelitian terkait pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan pada restoran Jepang bersertifikat halal di pusat perbelanjaan modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besar pengaruh sertifikasi halal, harga, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Tom Sushi Summarecon Mall Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang digunakan ialah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Tom Sushi yang telah melakukan pembelian. Jumlah sampel penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden dengan teknik *non probability* sampling, menggunakan metode *purposive* sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 30. Analisis data dilakukan menggunakan teknik uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (sertifikasi halal, harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian ulang).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang dengan t_{hitung} 1,786. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang dengan nilai t_{hitung} 4,233. Kualitas pelayannya tidak berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang dengan nilai t_{hitung} 0,311. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh dengan nilai f_{hitung} 25,257 terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Tom Sushi Summarecon Mall Bandung. Temuan ini menegaskan pentingnya sertifikasi halal, harga yang kompetitif, dan kualitas pelayanan yang unggul dalam meningkatkan loyalitas dan keputusan pembelian ulang konsumen pada restoran Jepang bersertifikat halal.

Kata kunci: Sertifikasi Halal, Harga, Kualitas Pelayanan, Pembelian Ulang