

PENGARUH *ATTITUDE TOWARDS HALAL* TERHADAP *CONSUMER LOYALTY* DIMEDIASI OLEH *REPURCHASE INTENTION* OF CONSUMER PADA USAHA AYAM GEPREK DI KOTA PAYAKUMBUH

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalams



Diajukan Oleh :

Goval Yulanda Fajri

2010551009

Pembimbing :

Ir. Winny Alna Marlina, ST. MM

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAMS
KAMPUS PAYAKUMBUH**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari Trust on halal, Product Quality, Religious Belief, dan Attitude Towards Halal terhadap Consumer Loyalty yang di mediasi Repurchase Intention Of Consumer pada usaha Ayam Geprek di Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis PLS-SEM dan pengolahan data menggunakan software SmartPLS 3.0. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Ayam Geprek di Kota Payakumbuh yang berjumlah 141 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Product Quality dan Religious Belief berpengaruh signifikan terhadap Attitude Towards Halal. Selanjutnya, Attitude Towards Halal berpengaruh signifikan terhadap Repurchase Intention Of Consumer, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Ayam Geprek berlogo halal. Terdapat hubungan tidak signifikan Trust On Halal terhadap Attitude Towards Halal dan Attitude Towards Halal terhadap Consumer Loyalty. Dan Repurchase Intention Of Consumer secara signifikan memediasi hubungan antara Attitude Towards Halal dan Consumer Loyalty pada usaha Ayam Geprek di Kota Payakumbuh. Dari penelitian ini pelaku usaha Ayam Geprek harus mengurus sertifikasi halal resmi pada Kementerian Agama.

