

***The Effect of Religiosity, Halal Label, Price and Product Quality on Customer Loyalty for Korean Food at Mujigae Restaurant***

**By Muhamad Haykal Kurniawan**

**Abstract**

*Currently, Mujigae Restaurant is one of the Korean restaurants that has remained in the first rank of the market leader from 2020 to 2023 and this is certainly the impact of the development of the Korean Wave phenomenon in the food sector. However, it is unfortunate that in recent years the percentage of purchases at Mujigae Restaurant has increased and decreased. This is caused by changes in Mujigae Restaurant customer loyalty. So, the purpose of this study is to analyze how much influence religiosity, halal label, price and product quality have on Korean food customer loyalty at Mujigae Restaurant. This study uses a quantitative approach with the data used, namely 130 people who live in the Jabodetabek area and have made purchases at least 2 times at Mujigae Restaurant. Sampling with non-probability sampling with purposive sampling and data analysis techniques using partial least square (PLS) using SmartPLS 4.0 software with outer model and inner model used in data testing. The results in this study are religiosity and halal labeling each have no effect on customer loyalty. However, price and product quality each have an effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *customer loyalty, halal label, price, product quality, religiosity*

# **Pengaruh Religiositas, Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Makanan Korea di Restoran Mujigae**

**Oleh Muhamad Haykal Kurniawan**

## **Abstrak**

Saat ini, Restoran Mujigae menjadi salah satu restoran Korea yang bertahan di peringkat pertama market leader dari tahun 2020 hingga 2023 dan ini tentunya dampak dari perkembangan fenomena *Korean Wave* di bidang makanan. Namun, sangat disayangkan dalam beberapa tahun belakangan ini persentase pembelian di Restoran Mujigae mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini disebabkan oleh perubahan loyalitas pelanggan Restoran Mujigae. Sehingga, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh religiositas, label halal, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan makanan Korea di Restoran Mujigae. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang digunakan yaitu 130 masyarakat yang tinggal di wilayah Jabodetabek serta sudah pernah melakukan pembelian setidaknya sebanyak 2 kali di Restoran Mujigae. Pengambilan sampel dengan *non-probability sampling* dengan purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan *partial least square* (PLS) dengan memakai software SmartPLS 4.0 dengan *outer model* dan *inner model* digunakan dalam pengujian data. Hasil pada penelitian ini yaitu religiositas dan label halal masing-masing tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi, harga dan kualitas produk masing-masing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** harga, kualitas produk, label halal, loyalitas pelanggan, religiositas.