

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang pada Industri *Fast Food*.  
 Nama : Afiatin Navilah  
 Program Studi : Manajemen

Niat beli ulang merupakan hal yang penting bagi industri *fast food* karena akan berdampak pada jumlah pembelian, pendapatan perusahaan, serta laba perusahaan sehingga akan membuat perusahaan semakin berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi Niat Beli Ulang Konsumen. Metode Kausalitas digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda sebagai alat membuktikan hipotesis. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Niat Beli Ulang, sedangkan Kualitas Produk menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan terhadap Niat Beli Ulang. Kualitas pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap niat beli ulang.

**Kata Kunci:**

Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Niat Beli Ulang

**ABSTRACT**

Title : *The Effect of Services Quality, Price Perception, and Product Quality on Repurchase Intention in the Fast Food Industry*  
 Name : Afiatin Navilah  
 Study Program : *Management*

*Repurchase intention is important for the fast food industry because it will have an impact on the number of purchases, company revenues, and company profits so that it will make the company grow. This study aims to determine what factors influence the Consumer Repurchase Intention. The Causality method used in this study uses Multiple Linear Regression as a tool to prove hypotheses. Furthermore, the results of this study indicate that there is a partially significant effect between Service Quality, Price Perception on Repurchase Intention, while Product Quality shows that there is no significant effect on Repurchase Intention. Quality of service, Price Perception, and Product Quality simultaneously affect the intention to repurchase.*

**Key Words:**

*Service Quality, Price Perception, Product Quality, Repurchase Intention*