



**FAKTOR-FAKTOR MASYARAKAT MUSLIM DALAM  
MEMILIH MAKANAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DI  
JABODETABEK SAAT GERAKAN BOIKOT PRODUK  
BERAFILIASI ISRAEL**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD ADHAM SYARIF 2010 116046**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2024**



**FAKTOR-FAKTOR MASYARAKAT MUSLIM DALAM  
MEMILIH MAKANAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DI  
JABODETABEK SAAT GERAKAN BOIKOT PRODUK  
BERAFILIASI ISRAEL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**MUHAMMAD ADHAM SYARIF 2010 116046**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2024**

### **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Adham Syarif

NIM : 2010116046

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Adham Syarif)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Adham Syarif  
NIM : 2010116046  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor-Faktor Masyarakat Muslim Dalam Memilih Makanan Cepat Saji  
McDonald's di Jabodetabek Saat Gerakan Boikot Produk Berafiliasi Israel**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Adham Syarif)

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR MASYARAKAT MUSLIM DALAM  
MEMILIH MAKANAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DI  
JABODETABEK SAAT GERAKAN BOIKOT PRODUK  
BERAFILIASI ISRAEL**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**MUHAMMAD ADHAM SYARIF 2010116046**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 26 Juni 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

**Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.  
Ketua Penguji**

**Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.  
Penguji I**

**Tati Handayani, S.E, M.M.  
Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Jubacrah, S.E, M.M.  
Dekan**

**Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF  
Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 10 Juli 2024

***The Factors Of Muslim Communities In Choosing McDonald's Fast Food In  
The Jabodetabek Area During The Boycott Movement Of Products Affiliated  
With Israel***

**By Muhammad Adham Syarif**

***Abstract***

*Indonesia, as the largest country in Southeast Asia, holds significant potential in the business and halal industry, particularly in franchising, supported by a Muslim population of 236 million. One successful franchise in Indonesia is McDonald's, with numerous outlets nationwide, including among the top 10 bestselling fast-food restaurants in 2021. While global McDonald's revenue saw a notable increase from the first to the third quarter of 2023, it declined in the fourth quarter, possibly due to the worldwide boycott of Israeli-affiliated products, including in Indonesia. This research aims to examine the purchasing decisions of Muslim communities in Jabodetabek regarding McDonald's, considering halal awareness, product quality, lifestyle, and religiosity as independent variables during the boycott of Israeli-affiliated products. The study population comprises Muslim consumers who have consumed McDonald's products in Jabodetabek on the periods of October 2023 – May 2024. Purposive sampling is used for sampling, and data analysis is conducted using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software. The results of this research is halal awareness and religiosity did not have a significant effect on purchasing decisions, in the other hand product quality and lifestyle had a significant effect on purchasing decisions. The implications of this study are that McDonald's needs to focus on maintaining and enhancing product quality and understanding that consumer lifestyle plays a significant role in purchasing decisions, especially in the context of a boycott.*

**Keywords:** *halal awareness, lifestyle, product quality, purchasing decisions, religiosity*

# Faktor-Faktor Masyarakat Muslim Dalam Memilih Makanan Cepat Saji McDonald's Di Jabodetabek Saat Gerakan Boikot Produk Berafiliasi Israel

Oleh Muhammad Adham Syarif

## Abstrak

Indonesia, sebagai negara terbesar di Asia Tenggara, memiliki potensi besar dalam bisnis dan industri halal, terutama bisnis waralaba dan didukung oleh populasi muslim yang mencapai 236 juta jiwa. Salah satu waralaba yang sukses di Indonesia adalah *McDonald's* yang memiliki banyak gerai di seluruh negeri, termasuk di 10 besar restoran cepat saji terlaris pada 2021. Pendapatan global *McDonald's* mengalami kenaikan signifikan dari kuartal I hingga kuartal III 2023, namun mengalami penurunan di kuartal IV, diduga karena boikot produk berafiliasi Israel yang terjadi di dunia, termasuk di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti keputusan pembelian masyarakat muslim di Jabodetabek terhadap *McDonald's* dengan memperhatikan kesadaran halal, kualitas produk, gaya hidup, dan religiositas sebagai variabel bebas saat terjadinya gerakan boikot produk berafiliasi Israel. Populasi penelitian ini adalah konsumen muslim yang pernah membeli produk *McDonald's* di Jabodetabek selama periode Oktober 2023–Mei 2024. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan analisis data dilakukan dengan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS. Penelitian ini membawakan hasil yaitu kesadaran halal dan religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Implikasi dari penelitian ini adalah *McDonald's* perlu fokus pada menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta memahami bahwa gaya hidup konsumen berperan penting dalam keputusan pembelian, terutama dalam konteks boikot.

**Kata kunci:** gaya hidup, keputusan pembelian, kesadaran halal, kualitas produk, religiositas



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2023/2024

Hari ini Rabu , tanggal 26 Juni 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Muhammad Adham Syarif**

No.Pokok Mahasiswa : **2010116046**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Faktor-Faktor Masyarakat Muslim Dalam Memilih Makanan Cepat Saji Mcdonald'S Di Jabodetabek Saat Gerakan Boikot Produk Berafiliasi Israel**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \***)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1. ....
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E	Anggota I	2. ....
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 26 Juni 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohip, M.E.I.,CDIF.



## **PRAKATA**

Puji serta syukur penulis hanturkan atas nikmat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Masyarakat Muslim Dalam Memilih Makanan Cepat Saji McDonald’s di Jabodetabek Saat Gerakan Boikot Produk Berafiliasi Israel“. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UPN “Veteran“ Jakarta, kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Penguji, kepada Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E selaku penguji 1, dan kepada Ibu Tati Handayani S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan serta sanggahan terkait skripsi penulis.

Terima kasih pula penulis sampaikan kepada Ricky Martin Syarif dan Indana Sepfiana sebagai orang tua tercinta, dan Muhammad Irham Syarif selaku kakak kandung penulis, yang telah mendorong, mendukung, serta mendoakan dengan penuh rasa kasih sayang yang tak henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan gelar sarjana ini. Penulis juga berterima kasih kepada kerabat dekat penulis, yaitu Oryza Sativa Apriyani selaku kerabat paling dekat penulis, lalu teman magang Citiasia yaitu Ari, Gaizka, Andri, Farah, Stephanie, Hapsyah, dan Sasya, serta teman magang Trakindo yaitu Hasbi, Aldi, Alvero, Ainun, Latifa, Rafa, Audrey, Aqila, dan Mba Inka yang telah memberikan dukungan yang berarti bagi penulis. Tak lupa juga seluruh civitas akademika ekonomi syariah, dan juga seluruh jajaran anggota kabinet HIMA Ekonomi Syariah periode 2023 Kabinet Abisatya Sangkara yang telah menjadi bagian perjuangan dalam kehidupan akademika di Universitas.

Penulis berharap, dengan karya ilmiah yang telah dibuat, dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 25 Juli 2024

Muhammad Adham Syarif

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Kesadaran Halal	13
2.1.4 Kualitas Produk	17
2.1.5 Gaya Hidup	19
2.1.6 Religiositas	22

2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.3	Model Penelitian	40
2.4	Hipotesis Penelitian	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>42</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.1.1	Definisi Operasional	42
3.1.2	Pengukuran Variabel	43
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Jenis Data	45
3.3.2	Sumber Data	46
3.3.3	Pengumpulan Data	46
3.4	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	48
3.4.1	Teknik Analisis Data	48
3.4.2	Analisis Deskriptif	48
3.4.3	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	50
3.4.4	<i>Inner Model</i> (Model Struktural)	51
3.4.5	Uji Hipotesis	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>53</b>
4.1	Deksripsi Objek Penelitian	53
4.2	Deskripsi Data Penelitian	54
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	57
4.3.1	Analisis Data Deskriptif	57
4.3.2	Outer Model (Model Pengukuran)	69
4.3.3	Inner Model (Model Struktural)	73
4.3.4	Uji Hipotesis	74
4.4	Pembahasan	76

4.4.1	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	76
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.3	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	79
4.4.4	Pengaruh Religiositas terhadap Keputusan Pembelian	80
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Keterbatasan	83
5.3	Saran	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>86</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Restoran Terlaris di Indonesia tahun 2022	2
Tabel 2. Indikator Gaya Hidup	21
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4. Skala likert	44
Tabel 5. Tabel Indikator	46
Tabel 6. Interpretasi Presentase dari Responden	49
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas	50
Tabel 8. Usia Responden	54
Tabel 9. Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 10. Domisili Responden	55
Tabel 11. Pendapatan Responden	55
Tabel 12. Jumlah Responden Mengonsumsi Produk Mcdonald's dalam Jangka Waktu Oktober 2023 – Mei 2024	55
Tabel 13. Jumlah Konsumsi Responden terhadap Produk McDonald's dalam Jangka Waktu Oktober 2023 – Mei 2024	56
Tabel 14. Pengetahuan Responden Terhadap Produk Mcdonald's yang sedang di Boikot	57
Tabel 15. Hasil Outer Loading	69
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	72
Tabel 17. Uji Reliabilitas	72
Tabel 18. Hasil R-Square	73
Tabel 19. Uji t	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Laporan Laba Rugi <i>McDonald's</i> tahun 2023	3
Gambar 2. Theory of Planned Behavior	9
Gambar 3. Peringkat SGIE Indonesia 2019-2023	15
Gambar 4. Model Penelitian	41
Gambar 5. Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	58
Gambar 6. Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Halal	60
Gambar 7. Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	61
Gambar 8. Jawaban Responden Terhadap Gaya Hidup	64
Gambar 9. Jawaban Responden Terhadap Religiositas	67
Gambar 10. Hasil Penyesuaian Output	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 4. Data Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Hasil Indeks Jawaban Responden
- Lampiran 6. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 8. Formulir Monitoring Bimbingan Skripsi