



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN TIMUR TENGAH DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

MUHAMMAD IKHSAN FIRMANSAH 2110116007

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN TIMUR TENGAH DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MUHAMMAD IKHSAN FIRMANSAH 2110116007

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama : Muhammad Ikhsan Firmansah

NIM : 2110116007

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

Jakarta, 03 Januari 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the number '10000'. The signature is written in a cursive style.

(Muhammad Ikhsan Firmansah)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Ikhsan Firmansah
NIM : 2110116007
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 yang Memengaruhi Keputusan Pembelian pada Restoran Timur Tengah di Jabodetabek

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 03 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Ikhsan Firmansah)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN TIMUR TENGAH DI JABODETBAEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD IKHSAN FIRMANSAH 2110116007

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 03 Januari 2025
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. Inkaedah, S.E, M.M.
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

***Factors Influencing Purchase Decisions at Middle Eastern Restaurants in
Jabodetabek***

By Muhammad Ikhsan Firmansah

Abstract

The halal food industry in Indonesia is growing rapidly. The development of this industry has introduced various types of food from around the world. One of the emerging markets is Middle Eastern restaurants, which are closely associated with the halal aspect of their products. However, the consumption rate of Middle Eastern cuisine remains below 2%, which is considered low. This study aims to examine the influence of halal awareness, brand trust, and product quality on purchase decisions and to explain the positioning or strengths of Emados Shawarma, Kebuli Jordan, and Kebuli Yaman restaurants in Jabodetabek. The analysis technique used is Partial Least Squares (PLS) with the assistance of Smart PLS software version 4.0 to determine the impact of independent variables independent on the dependent variable dependent. Additionally, Correspondence Analysis (CA) using SPSS software version 25 is employed to identify the strengths of each Middle Eastern restaurant. The study applies probability sampling using simple random sampling with a total of 110 samples. The results reveal that halal awareness, brand trust, and product quality significantly influence purchase decisions at Middle Eastern restaurants in Jabodetabek. Positioning analysis shows that Kebuli Jordan excels in service and food taste, Kebuli Yaman stands out for its affordable pricing, and Emados Shawarma leads in cleanliness and restaurant ambiance. However, menu variety does not provide any specific advantage for any particular restaurant.

Keywords : *Brand Trust, Halal Awareness, Positioning, Product Quality, Purchase Decision.*

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pada Restoran Timur
Tengah Di Jabodetabek
Oleh Muhammad Ikhsan Firmansah**

Abstrak

Industri sektor makanan halal di Indonesia berkembang pesat. Berkembangnya industri makanan memunculkan berbagai macam jenis makanan dari seluruh dunia. Salah satu restoran yang sedang berkembang yaitu restoran Timur Tengah yang identik dengan aspek kehalalan produknya. Walaupun demikian, tingkat konsumsi makanan timur tengah masih dibawah 2% dan terbilang rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal, kepercayaan merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta menjelaskan *positioning*/keunggulan dari restoran Emados Shawarma, Kebuli Jordan, dan Kebuli Yaman di Jabodetabek. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software Smart PLS* versi 4.0 untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan didukung dengan analisis korespondensi atau *Correspondence Analysis* (CA) dengan *software SPSS* versi 25 untuk mengetahui keunggulan dari masing-masing restoran Timur Tengah. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan *simple random sampling* sebanyak 110 sampel. Hasil penelitian menghasilkan bahwa variabel kesadaran halal, kepercayaan merek, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Timur Tengah di Jabodetabek. Analisis *positioning* menunjukkan restoran Kebuli Jordan unggul dalam pelayanan dan rasa makanan, Kebuli Yaman unggul pada aspek harga terjangkau, Emados Shawarma unggul dalam kebersihan dan suasana restoran, sedangkan variasi menu tidak memberikan keunggulan khusus pada salah satu restoran.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian, Kesadaran Halal, Keunggulan, Kualitas Produk.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Jumat , tanggal 03 Januari 2025, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Muhammad Ikhsan Firmansah**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116007**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN TIMUR
TENGAH DI JABODETABEK**

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, 03 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Penulis panjatkan puji dan rasa syukur kepada tuhan seluruh alam Allah swt. karena dengan karunia dan rahmat-Nya penulis diberikan kemampuan dalam melakukan dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian pada Restoran Timur Tengah di Jabodetabek”**. Penulis mengungkapkan rasa terimakasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., Kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, Kepada Ibu Tati Handayani, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Kepada Bapak Faizi, SE.I, M.Si, Ph.D selaku ketua penguji, dan Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi ini.

Paling utama, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta yakni Bapak Lukman selaku Ayah dan Ibu Ernanengsih selaku Mamah serta adikku Aprilia Rahma Aulia yang senantiasa memberi dukungan, doa dengan penuh kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini tepat waktu.

Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Rohili Gang yang telah menemani-ku semasa kuliah. Terima kasih juga kepada teman-teman KSEI FEB, MPM FEB, dan Dewan Perwakilan yang sudah menerima saya untuk berproses di perkuliahan. Terkhusus kepada seorang wanita yang bernama Afifah Aleyda Zahra, penulis mengucapkan terima kasih karena selalu mendukung selama proses perkuliahan dan pembuatan skripsi ini. Penulis berharap hasil dari penulisan karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 8 Januari 2025

Muhammad Ikhsan Firmansah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN 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
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1 Theory of Planned Behavior	11
2.1.2 Keputusan Konsumen	12
2.1.3 Kesadaran Halal	15
2.1.4 Kepercayaan Merek	18
2.1.5 Kualitas Produk.....	20
2.1.6 Positioning	23
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Model Penelitian	35
2.4. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38

3.1.1 Definisi Operasional.....	38
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Jenis Data	41
3.3.2 Sumber Data.....	41
3.3.3 Pengumpulan Data	42
3.4 Teknik Analisis Data.....	43
3.4.1 Analisis Deskriptif	43
3.4.2 Teknik Analisis	44
3.4.3 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	45
3.4.4 Inner Model (Model Struktural).....	46
3.4.5 Uji Hipotesis	47
3.4.6 <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	54
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....	65
4.4.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	65
4.4.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	70
4.4.3 Uji Hipotesis	71
4.5 Pembahasan.....	72
4.5.1 Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	72
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6 <i>Correspondence Analysis</i>	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP	90

LAMPIRAN.....	93
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indeks Kesadaran Halal (IKH) #Gen M Milenial	3
Tabel 2. Restoran Timur Tengah yang banyak di Minati	5
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4. Skala likert	39
Tabel 5. Tabel Indikator	42
Tabel 6. Interpretasi Persentase dari Responden.....	44
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas	46
Tabel 8. Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 9. Usia Responden.....	51
Tabel 10. Domisili Responden.....	52
Tabel 11. Pendidikan Terakhir Responden	52
Tabel 12. Pekerjaan Responden	53
Tabel 13. Pendapatan per Bulan Responden.....	53
Tabel 14. Jumlah Pembelian Makanan Restoran Timur Tengah	54
Tabel 15. Hasil Outer Loading.....	65
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
Tabel 17. Uji Reliabilitas	69
Tabel 18. Uji t	71
Tabel 19. Rangkuman <i>Positioning</i> Restoran Timur Tengah di Jabodetabek.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Global Islamic Economy Indicator (GIEI) Indonesia 2023	2
Gambar 2. Data Jenis Makanan Utama yang Disajikan di Indonesia Periode 2021-4	
Gambar 3. Theory of Planned Behavior	11
Gambar 4. Model Penelitian	36
Gambar 5. Contoh Hasil Grafik Analisis Korespondensi	49
Gambar 6. Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	55
Gambar 7. Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Halal.....	58
Gambar 8. Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan Merek	60
Gambar 9. Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	62
Gambar 10. <i>Outer Model</i> dalam Gambar.....	68
Gambar 11. Peta Atribut Restoran Timur Tengah	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	93
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan	94
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 4. Data Kuesioner 110 Responden.....	103
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	115
Lampiran 6. Hasil Indeks Analisis Deskriptif	117
Lampiran 7. Hasil <i>Output Outer</i> Model PLS	119
Lampiran 8. Hasil <i>Output</i> Model PLS.....	120