



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN
SE'INDONESIA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

FAUZII MAULANA NURWAHID 2110116059

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

2025



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN
SE'INDONESIA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

FAUZII MAULANA NURWAHID 2110116059

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fauzii Maulana Nurwahid

NIM : 2110116059

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

Jakarta, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Fauzii Maulana Nurwahid)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fauzii Maulana Nurwahid
NIM : 2110116059
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Determinan Loyalitas Konsumen Pada Restoran Se’indonesia 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 : 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Fauzii Maulana Nurwahid)

SKRIPSI

DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN SE'INDONESIA DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FAUZII MAULANA NURWAHID 2110116059

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 24 Juni 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Penguji



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



Dra. Fitri Yetty, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 11 Juli 2025

Determinants of Consumer Loyalty at Se'indonesia Restaurants in Jabodetabek

By Fauzii Maulana Nurwahid

Abstract

The increasing consumption of halal products in Indonesia has shown a positive trend that has contributed to the significant growth of halal restaurants, along with the increasing demand for food services that comply with sharia principles. This phenomenon is also inseparable from the rapid development of the culinary industry in Indonesia which is increasingly diverse and competitive. This study aims to examine the effect of halal awareness, social media marketing, brand image, and consumer trust on consumer loyalty in Se'indonesia restaurants. A quantitative approach is used in this study with a survey method through distributing questionnaires to Muslim consumers who have visited Se'indonesia restaurants. Data analysis was carried out using the Partial Least Square (PLS) method. The results of this study indicate that the variables of halal awareness, social media marketing, brand image, and consumer trust partially affect consumer loyalty. The results of this study are expected to be an important reference for policy makers and business actors to strengthen the competitiveness of the halal culinary industry in Indonesia, especially in the face of competitive market dynamics and increasingly aware of product halalness.

Keywords: *brand image, consumer trust, halal awareness and consumer loyalty.*

Determinan Loyalitas Konsumen Pada Restoran Se'indonesia di Jabodetabek

Oleh Fauzii Maulana Nurwahid

Abstrak

Peningkatan konsumsi produk halal di Indonesia menunjukkan tren positif yang turut mendorong pertumbuhan restoran halal secara signifikan. Kondisi ini turut mendorong pertumbuhan restoran halal secara signifikan, seiring dengan meningkatnya permintaan akan layanan makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Fenomena tersebut juga tidak terlepas dari perkembangan pesat industri kuliner di Indonesia yang semakin beragam dan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kesadaran halal, media sosial marketing, citra merek, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen di restoran Se'indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Muslim yang pernah mengunjungi restoran Se'indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal, sosial media marketing, citra merek, dan kepercayaan konsumen secara partial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan penting bagi pengambil kebijakan dan pelaku usaha untuk memperkuat daya saing industri kuliner halal di Indonesia, khususnya dalam menghadapi dinamika pasar yang kompetitif dan semakin sadar akan kehalalan produk.

Kata Kunci: citra merek, kepercayaan konsumen, kesadaran halal dan loyalitas konsumen.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Selasa, tanggal 24 Juni 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Fauzii Maulana Nurwahid

NIM : 2110116059

Program Studi : Ekonomi Syariah S1

Judul Tugas Akhir :

DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN SE'INDONESIA DI JABODETABEK

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata 78,03 dan Nilai Huruf B.t.:

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF	Ketua	
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	
3	Dra. Fitri Yetty, M.M.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 24 Juni 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Dr. Ade Nur Rohim, SHI, MEI

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil'alam, Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat diberikan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Determinan Loyalitas Konsumen Pada restoran Se’indonesia Di Jabodetabek.”** Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan dan bimbingan yang peneliti terima dari berbagai pihak, tidak akan menjadikan peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Maka, peneliti ingin sampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ, Ibu Indri Arrafi Juliannisa, S.E, M.E. selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi UPNVJ, dan Bapak Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah UPNVJ. Peneliti turut menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Ibu Dra. Fitri Yetty, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberikan masukan serta saran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, serta dosen penguji peneliti, yaitu Bapak Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF dan Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. yang telah memberikan masukan yang dan mendukung penyempurnaan penelitian ini

Peneliti turut menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, yaitu Bapak Ading Wahidin dan Ibu Nursabariah yang selalu mendoakan penulis sampai dengan saat ini, serta kedua saudara kandung penulis yaitu kakak Akmal dan adik Damar. Ucapan terima kasih pula peneliti sampaikan kepada teman satu bimbingan peneliti, yaitu Arkan, dan teman seperjuangan peneliti, yaitu Rizki Alam, Naufal Empy, Rofi, Randhika, Ibrahim, Ilham Alivian, Ridwan, Raihan, dan Fardan, serta seluruh teman seangkatan tahun 2021 Prodi S1 Ekonomi Syariah UPNVJ.

Peneliti harapan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk seluruh pihak yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

Depok, 24 Juni 2025

Fauzii Maulana Nurwahid

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	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
DATAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	9
2.1.2 Kesadaran Halal	10

2.1.3 Sosial Media Marketing	13
2.1.4 Citra Merek	15
2.1.5 Kepercayaan Konsumen.....	17
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.3 Model Penelitian	26
2.4 Hipotesis.....	27
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional.....	28
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat).....	28
3.1.3 Variabel Independen (Bebas)	28
3.1.4 Pengukuran Variabel	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	33
3.3.1 Jenis data	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.3.3 Pengumpulan Data	33
3.4 Teknik Analisa Data.....	34
3.4.1 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	34
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
3.4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
3.4.5 Uji Hipotesis	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	38
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis Data	43
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	43
4.3.2 Analisis Data Inferensial	50
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen	58
4.4.2 Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Loyalitas Konsumen	60
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	62
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	64
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 66
5.1 Simpulan	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
RIWAYAT HIDUP	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2 Skala Likert	30
Tabel 3 Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 4 Keterangan Nilai Indeks Responden.....	35
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan Terakhir	40
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	41
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	42
Tabel 11 Outer Loading	51
Tabel 12 Average Variance Extracted (AVE)	54
Tabel 13 Uji Reliabilitas	55
Tabel 14 Uji R-Square	56
Tabel 15 Uji T-Statistik.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Indikator Halal Food.....	2
Gambar 2 Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	44
Gambar 3 Jawaban Responden terhadap Variabel Kesadaran halal	45
Gambar 4 Jawaban Responden terhadap Variabel sosial media marketing.....	47
Gambar 5 Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Merek	48
Gambar 6 Jawaban Responden terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen.....	49
Gambar 7 Outer Loading	53

DATAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	75
Lampiran 2 Lembar Monitoring Bimbingan.....	76
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 4 Data Kuesioner 160 responden.....	84
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden	106
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif	108
Lampiran 7 Output Outer Model PLS.....	110
Lampiran 8 Hasil Output Model PLS	111