



**PENGARUH RESILIENSI DAN KAMPANYE BOIKOT TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM KFC DENGAN RELIGIOSITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

ADINDA FARRAS HANIFAH 2210116075

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**



**PENGARUH RESILIENSI DAN KAMPANYE BOIKOT TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM KFC DENGAN RELIGIOSITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

ADINDA FARRAS HANIFAH 2210116075

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Adinda Farras Hanifah

NIM : 2210116075

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

Jakarta, 7 Juli 2026

Yang Menyatakan,



(Adinda Farras Hanifah)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Adinda Farras Hanifah
NIM : 2210116075
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : 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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Resiliensi dan Kampanye Boikot Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim KFC dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi

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 sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Juli 2026

Yang Menyetujui

(Adinda Farras Hanifah)

1000
METERAI
TEMPEL
BB19BAOX114385875

LEMBAR PENGESAHAN

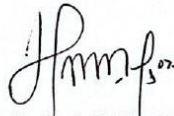
SKRIPSI

PENGARUH RESILIENSI DAN KAMPANYE BOIKOT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM KFC DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADINDA FARRAS HANIFAH 22110116075

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



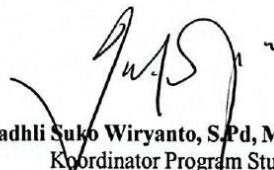
Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I



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



Dr. Sulandah, S.E, M.M.
Dekan



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

***The Influence of Resilience and Boycott Campaigns on Consumer Loyalty
Among Muslim KFC Customers, with Religiosity as a Moderating Variable***

By Adinda Farras Hanifah

ABSTRACT

The fast food industry in Indonesia has shown rapid growth, with KFC as a dominant global brand among urban consumers. Following the emergence of boycott calls against products considered affiliated with Israel, KFC Indonesia faced a boycott campaign that significantly impacted its performance, reflected in net losses, store closures, and workforce reductions. This study analyzes the influence of resilience and boycott campaigns on Muslim consumer loyalty toward KFC in Jabodetabek, with religiosity as a moderating variable. A quantitative approach was employed using purposive sampling of 160 active Muslim KFC consumers, analyzed through path analysis and moderation testing using the PLS-SEM method in SmartPLS. The research model explained 90.5% of the variation in Muslim consumer loyalty. Results indicate that resilience has a positive and significant effect, while the boycott campaign has a negative and significant effect on loyalty. Religiosity was proven to significantly moderate both relationships, although in opposite directions: weakening resilience's positive effect on loyalty, while strengthening the boycott campaign's negative effect. These findings underscore the importance of strengthening consumer resilience and understanding the sensitivity of Islamic values in designing brand communication strategies responsive to boycott campaigns, in order to maintain Muslim consumer loyalty toward KFC.

Keywords: *boycott campaigns, muslim consumer loyalty, religiosity, resilience*

Pengaruh Resiliensi dan Kampanye Boikot Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim KFC dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi

Oleh Adinda Farras Hanifah

ABSTRAK

Industri makanan cepat saji di Indonesia menunjukkan peningkatan pesat, dengan KFC sebagai merek global yang dominan di kalangan masyarakat urban. Namun pasca terbitnya seruan boikot terhadap produk yang dianggap terafiliasi dengan Israel, KFC Indonesia menghadapi kampanye boikot yang berdampak cukup besar pada penurunan kinerja perusahaan, tercermin dari kerugian bersih, penutupan gerai, serta pengurangan karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh resiliensi dan kampanye boikot terhadap loyalitas konsumen muslim KFC di wilayah Jabodetabek, dengan religiositas sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode purposive sampling terhadap 160 responden konsumen muslim aktif KFC. Data dianalisis menggunakan analisis jalur dan uji moderasi melalui metode SEM-PLS menggunakan SmartPLS. Model penelitian ini mampu menjelaskan 90,5% dari variasi loyalitas konsumen muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa resiliensi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan kampanye boikot berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim. Selain itu, religiositas terbukti signifikan sebagai variabel moderasi, meskipun dengan arah berlawanan pada masing-masing hubungan memperlemah pengaruh positif resiliensi terhadap loyalitas, namun sebaliknya memperkuat pengaruh negatif kampanye boikot terhadap loyalitas. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan resiliensi konsumen serta pemahaman terhadap sensitivitas nilai keislaman dalam merancang strategi komunikasi merek yang responsif terhadap kampanye boikot, guna mempertahankan loyalitas konsumen muslim KFC.

Kata Kunci: kampanye boikot, loyalitas konsumen muslim, religiositas, resiliensi

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 7 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Adinda Farras Hanifah

NIM : 2210116075

Program Studi : Ekonomi Syariah S1

Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Resiliensi dan Kampanye Boikot terhadap Loyalitas Konsumen Muslim KFC
dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi**

Dinyatakan yang bersangkutan ~~Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang~~*, dengan Nilai Rata-Rata ^{80,05}.....
dan Nilai Huruf ~~A-~~.....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Ketua	
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.CDIF	Anggota I	
3	Tati Handayani, S.E, 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, 7 Juli 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Resiliensi dan Kampanye Boikot terhadap Loyalitas Konsumen Muslim KFC dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi."** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini menjadi perjalanan yang penuh pembelajaran bagi penulis. Tidak selalu berjalan sesuai rencana, ada banyak keraguan, rasa lelah, dan tantangan yang harus dihadapi. Namun, semua itu dapat dilalui berkat doa, dukungan, dan kebaikan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
2. Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
3. Ibu Tati Handayani, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis.
4. Ibu Lili Puspita Sari, S.E., M.E. dan Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
5. Keluarga tercinta Ayahanda Chrisdianto dan Mamah Fifi Ariyanti, selaku orang tua penulis, serta saudara kandung penulis Andhika Nauval Hanif. Terima kasih atas doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan dalam segala bentuk yang selalu menyertai setiap langkah penulis. Semoga segala kebaikan, keikhlasan, dan doa yang telah diberikan menjadi amal yang bernilai di sisi Allah SWT serta senantiasa dibalas dengan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan.

6. Sahabat-sahabat penulis, Fayza, Raina, Cahya, Shiva, Almh. Widya, Alika, Syifa, Aina, Hafizhan, Arul, dan Dio. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk selalu mendengarkan, memberi semangat, menghibur, dan mengingatkan penulis agar tetap yakin dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada teman-teman Traptrip atas kebersamaan dan momen-momen sederhana yang membuat penulis dapat sejenak melepas penat di tengah proses penyusunan skripsi. Tidak lupa kepada teman-teman Anabul Megeng Pegadaian, terima kasih karena tetap bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan dukungan meskipun kita sama-sama sedang berjuang menyelesaikan tugas akhir. Kehadiran kalian semua disini memberikan banyak arti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 6 Juli 2026
Adinda Farras Hanifah



DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	xvii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	xviii
PRAKATA	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Loyalitas Konsumen Muslim.....	8
2.1.2 Resiliensi	10
2.1.3 Kampanye Boikot	13
2.1.4 Religiositas	18
2.1.5 Makanan Cepat Saji	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu	24
2.1.7 Model Penelitian	34
2.1.8 Hipotesis	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Definisi Operasional.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.3.3 Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	41
3.4.2 Analisis Data Deskriptif	42
3.4.3 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.4.4 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45

3.4.5 Analisis Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	46
3.4.6 Analisis Variabel Moderator.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Deskripsi Data Penelitian	49
4.2.1 Deskripsi Data Responden	49
4.4 Analisis Data.....	57
4.5 Hasil Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2. Skala Likert.....	38
Tabel 3 Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 4 Tabel Indeks.....	43
Tabel 5 Reliabilitas	45
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	50
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 9 Jawaban Responden terhadap Loyalitas Konsumen Muslim.....	51
Tabel 10 Jawaban Responden terhadap Resiliensi.....	53
Tabel 11 Jawaban Responden terhadap Kampanye Boikot	54
Tabel 12 Jawaban Responden terhadap Religiositas	56
Tabel 13 <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 14 <i>Average Variance Extracted</i>	61
Tabel 15 <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 16 <i>Cronbach's Alpha</i>	64
Tabel 17 <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 18 <i>R-Square</i>	66
Tabel 19 Model Fit.....	67
Tabel 20 <i>F-Square</i>	67
Tabel 21 Nilai <i>Path Coefficient</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Gerai dan Karyawan KFC Indonesia (PT Fast Food Indonesia Tbk), 2020-2024.....	3
Gambar 2. Pendapatan dan Kerugian Bersih KFC Indonesia (PT Fast Food Indonesia Tbk), 2020–2024	4
Gambar 3. Model Penelitian	34
Gambar 4. Diagram Jalur	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang	91
Lampiran 2 Kartu Monitoring Bimbingan	92
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden	114
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif	115
Lampiran 7 Hasil Output Model PLS 4.0	117
Lampiran 8 Hasil Output Model PLS	118