

**PENGARUH FATWA MUI NOMOR 83 TAHUN 2023 DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
*MCDONALD'S***

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Strata Satu dalam Bidang Ekonomi Syariah (S.E)



Oleh:

NUR FAJAR SAB'A WAISRIN RAMADHANI

NIM: 2016028

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA INDONESIA**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli pada Produk *McDonald’s*” yang disusun oleh Nur Fajar Sab’a Wairin Ramadhani dengan Nomor Induk Mahasiswa: Esy2016028 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke siding munaqasyah.

Jakarta, 17 Mei 2024

Pembimbing,



Asiroch Yulia Agustina, M.E.I

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli pada Produk *McDonald's*” yang disusun oleh Nur Fajar Sab'a Waisrin Ramadhani dengan Nomor Induk Mahasiswa: Esy2016028 telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia pada tanggal 21 Mei 2024 dan direvisi sesuai saran tim penguji. Maka skripsi tersebut telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

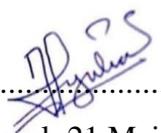
Jakarta, 21 Mei 2024

Dekan,



Taufik Hidayadi, M. Si

Tim Penguji:

1. Yudi Yudiana, S. Kom., M. M (.....)
(Ketua Program Studi) Tanggal: 21 Mei 2024
2. Nur Khayyin Mudlor, Lc., M.E (.....)
(Penguji 1) Tanggal: 21 Mei 2024
3. Abdul Qodir, M.A, Hum (.....)
(Penguji 2) Tanggal: 21 Mei 2024
4. Asiroch Yulia Agustina, M.E.I (.....)
(Pembimbing) Tanggal: 21 Mei 2024

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Fajar Sab'a Waisrin Ramadhani

NIM : Esy2016028

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 02 Desember 2002

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *McDonald's*" adalah hasil karya asli penulis, bukan hasil plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya atau asas petunjuk para pembimbing. Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab penulis dan bersedia gelar akademiknya dibatalkan sesuai peraturan yang berlaku.

Jakarta, 21 Mei 2024



Nur Fajar Sab'a WR

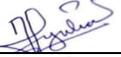
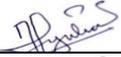
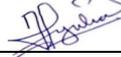
NIM: Esy2016028

FORM BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fajar Sab'a Waisrin Ramadhani

Judul : Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023
dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk
McDonald's

Pembimbing : Asiroch Yulia Agustina, M.E.I

No.	Hari/Tanggal	Perbaikan	Paraf
1	25 November 2023	Konsultasi Judul	
2	01 Desember 2023	Konsultasi Pra Skripsi	
3	05 Desember 2023	Revisi Latar Belakang	
4	11 Januari 2024	Revisi Bab 1	
5	20 Januari 2024	ACC Bab 1, lanjut Bab 2	
6	12 Februari 2024	Revisi bab 2, lanjut Bab 3	
7	23 Februari 2024	ACC Bab 2 dan revisi Bab 3	
8	27 Februari 2024	ACC proposal sempro	
9	27 Maret 2024	Revisian sempro	
10	18 Mei 2024	ACC Bab 4 dan Bab 5	
11	21 Mei 2024	Sidang Munaqosah	

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya, serta kecukupan dan kebahagiaan yang diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *McDonald's*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan pada program Strata 1 Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Shalawat dan salam juga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan dan teladan bagi umat manusia di seluruh dunia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sebagai ungkapan rasa terima kasih atas semua bantuan, bimbingan dan dorongan yang diberikan, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua penulis yaitu Ibu Retno Puspawati dan Bapak Iwan serta adik penulis yaitu Bintang Ahmad Syabana yang selalu memberikan doa dan

dukungan, baik moril maupun materiil sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan;

2. Bapak Taufik Hidayadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia;
3. Bapak Yudi Yudiana, S.Kom, M.M selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia;
4. Ibu Asiroch Yulia Agustina, M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, motivasi serta arahan dalam penyusunan skripsi ini;
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan;
6. Seluruh keluarga penulis terutama Jauhara Kamila yang telah memberikan berbagai perhatian, dukungan moral-materil, doa dan kasih sayang dengan penuh keikhlasan;
7. Sahabat penulis dari SMK yaitu Nisrina Sausan yang selalu mendukung, mendoakan, menghibur, dan membantu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi;

8. Sahabat penulis Shiva Nurul Anwar yang selalu memberikan dukungan dan doa selama masa pengerjaan skripsi ini hingga selesai;
9. Teman penulis dari SMP yaitu Anggie Dwi Putra yang selalu mendukung, mendoakan, menghibur, dan membantu penulis selama penulisan skripsi sampai selesai;
10. Kepada Mark Lee yang secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi;
11. Seluruh warga *base @collegemenfess* yang telah membantu penulis dalam berbagai masalah yang penulis hadapi dalam penulisan skripsi ini;
12. Seluruh teman-teman kelas Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang ada di dalam proses ini;
13. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan mereka dan melimpahkan berkah-Nya. Sebagai manusia biasa, saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan pasti ada kekurangan yang perlu diperbaiki. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran

yang membangun demi perbaikan dan kebaikan dalam penulisan skripsi di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat berupa wawasan dan pengetahuan bagi kita semua, khususnya bagi para pembaca dan lingkungan akademis. Aamiin ya robbal'alamin.

Jakarta, 23 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Fajar Sab'a WR', written in a cursive style.

Nur Fajar Sab'a WR

NIM: Esy2016028

PENGARUH FATWA MUI NOMOR 83 TAHUN 2023 DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk McDonald's. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan kuisisioner dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Data dikumpulkan melalui kuisisioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan konsumen McDonald's di wilayah Jakarta Timur. Metode analisis yang digunakan adalah dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 dan harga berpengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa variabel fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli.

Kata Kunci: Fatwa MUI, Harga, dan Minat Beli, *McDonald's*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of MUI Fatwa Number 83 of 2023 and price on consumer buying interest in McDonald's products. The research method used is a quantitative method using questionnaires and literature studies which are carried out systematically based on the research objectives. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who were McDonald's consumers in the East Jakarta area. The analytical method used is the multiple linear regression analysis method to test the proposed hypothesis. The research results show that the variables MUI fatwa number 83 of 2023 and price have a significant effect on buying interest. From the research results, it was found that the variables MUI fatwa number 83 of 2023 and price had a positive effect on buying interest.

Keywords: *MUI Fatwa, Price, Interest in Buying, McDonald's*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
FORM BIMBINGAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian	13
C. Pertanyaan Penelitian	14
D. Hipotesis	14
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Manfaat Penelitian.....	18
G. Sistematika Penulisan	19

BAB II: KAJIAN TEORI.....	21
A. Kajian Teori.....	21
1. Majelis Ulama Indonesia (MUI).....	21
2. Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023	24
3. Harga.....	29
4. Minat Beli.....	30
B. Kerangka Berpikir	32
C. Tinjauan Penelitian Terdahulu	34
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian.....	37
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Teknik Pengambilan Data.....	40
E. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	42
F. Teknik Analisis Data	47
G. Validasi Data.....	52
BAB IV: HASIL PENELITIAN	54
A. Hasil Penelitian.....	54
1. Karakteristik Responden.....	54
B. Analisis Data.....	56

1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	57
3. Uji Asumsi Klasik	58
4. Uji Regresi Linier Berganda	61
5. Uji Hipotesis	62
C. Pembahasan	64
BAB V: PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jawa) Tahun 2022-2023... ..	2
Gambar 2 Laba Bersih Mcdonald's 2023... ..	10
Gambar 3 Grafik normal PP-Plot.....	58
Gambar 4 Grafik ScatterPlot	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengukuran Skor Skala Likert.....	41
Tabel 2 Kisi-kisi Instrumen	42
Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	54
Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 9 Hasil Uji Regresi Berganda.....	61
Tabel 10 Hasil Uji F.....	62
Tabel 11 Hasil Uji T.....	63
Tabel 12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin	78
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden.....	87
Lampiran 4 Hasil Olah data	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC), Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia pada tahun 2023 dengan jumlah populasi muslim mencapai 240,62 juta jiwa atau setara dengan 86,7% dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta jiwa. Menurut Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk Indonesia yang menganut agama Islam pada akhir tahun 2022 sebanyak 241,7 juta jiwa atau 87,02% dari populasi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data tersebut, Indonesia merupakan negara dengan muslim terbanyak di dunia (Mastuki, 2020).

Gambar 1 Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kota di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2022-2023



Sumber : Dukcapil Kemendagri (2024)

Dari data di atas, Jakarta Timur merupakan salah satu wilayah dengan jumlah penduduk beragama Islam terbanyak di DKI Jakarta. Dengan populasi Muslim yang besar hingga mencapai 2,9 juta penduduk, Jakarta Timur merupakan tempat yang representatif untuk mengukur dampak fatwa MUI pada konsumsi dan perilaku masyarakat Muslim. Wilayah ini tidak hanya padat penduduk tetapi juga memiliki beragam lapisan sosial dan ekonomi, sehingga perubahan dalam pola konsumsi dan perilaku akibat fatwa tersebut dapat diamati dengan jelas. Selain itu, dengan banyaknya

institusi keagamaan dan kegiatan Islam yang aktif, respons terhadap fatwa MUI di Jakarta Timur dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana masyarakat Muslim secara umum merespons arahan keagamaan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Sebagian besar masyarakat yang tinggal di Jakarta memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi dan sumber daya pendidikan, yang memungkinkan mereka untuk membentuk pandangan yang lebih matang dan terinformasi tentang isu-isu global. Beberapa masyarakat mungkin mengambil langkah untuk mendiskusikan dan mengkritik suatu isu atau permasalahan melalui berbagai cara, seperti forum-forum diskusi, tulisan-tulisan akademis, pemahaman yang lebih mendalam tentang isu tersebut. Populasi masyarakat masa kini memiliki potensi besar untuk memberikan dampak signifikan terhadap isu-isu global dan memengaruhi keputusan yang diambil oleh pemerintah, mendorong perubahan positif dan solusi yang lebih efektif untuk tantangan global.

Menurut ajaran Islam, seorang muslim wajib taat kepada ulama dan pemerintah selama perintah yang diberikan tidak bertentangan dengan perintah dan

ketentuan Allah dan Rasul. Hal tersebut ditunjukkan dalam beberapa hadis dan disebutkan dalam Al Qur'an surah An-Nisaa ayat 59 sebagai berikut :

نَبَاتٍ مِّنْ رَبِّكَ ۗ رُوَلُوْا لِلّٰهِ طَبَعًا ۗ اَمْرًا مِنْ نَّبِيِّهَا
 وَمَا تَشَاؤُنَ ۗ وَمَا تَوَلَّوْا ۗ وَارْتَبِعُوا صَوْتِيْ ۙ فَذَرْوْنِ
 مَا هُوَ خِطَابٌ ۗ لِّمَنْ هُوَ مُوَدَّعٌ ۗ فَذَرْوْنِ ۗ اِنَّكُمْ
 كُنْتُمْ قَوْمًا مُّسْرِئِيْنَ ۗ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, taatlah kamu kepada Allah, taatlah kamu kepada Rasul dan kepada Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (Sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (Q.S. An-Nisaa/4:59)

Dalam Islam, aspek pemerintahan juga menjadi perhatian penting karena mencakup sejumlah peraturan yang mengatur kehidupan individu dan masyarakat. Untuk menjalankan peraturan-peraturan tersebut, diperlukan pembentukan suatu sistem pemerintahan

yang mampu mengatur kehidupan banyak orang. Oleh karena itu, dalam perspektif Islam, mendukung pembentukan negara beserta sistem pemerintahan sebagai bagian penting dalam mengelola kehidupan

sosial (Rizal & Nurrahman, 2021). MUI memiliki peran dalam memberikan pedoman dan penjelasan terkait ajaran Islam serta isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan kehidupan umat Islam di Indonesia.

MUI (Majelis Ulama Indonesia) merupakan sebuah gambaran lembaga dalam Islam di Indonesia yang bertanggung jawab untuk menetapkan dan mengarahkan kebijaksanaan hukum yang berlaku untuk memahami dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Hakim, 2021), MUI dianggap sebagai perwakilan pemikiran hukum Islam yang mewakili pandangan umat Islam dalam menyatakan pendapat mengenai hukum Islam. Meskipun kedudukan MUI bersifat tidak terikat, namun fatwa MUI tidak dapat diabaikan dalam menjalankan tanggung jawabnya sebagai lembaga yang memberikan kontribusi dalam membentuk tatanan sosial.

Kedudukan MUI merujuk pada posisi atau status lembaga Majelis Ulama Indonesia dalam struktur keagamaan dan sosial di Indonesia. Kedudukan MUI lebih bersifat umum sebagai lembaga keagamaan dan konsultatif. Peran MUI mencakup tugas atau fungsi spesifik yang dijalankan oleh lembaga tersebut dalam mendukung dan memajukan kehidupan keagamaan di

Indonesia. Menurut (Habibaty, 2017), tugas atau fungsi MUI dalam menjalankan perannya antara lain :

1. Memberikan petunjuk dan pedoman kepada umat Islam di Indonesia.
2. Memberikan nasihat dan fatwa terkait isu-isu keagamaan dan sosial kepada pemerintah dan masyarakat.
3. Mendorong peningkatan kegiatan terwujudnya ukhuwah Islamiyah (persaudaraan sesama umat Islam) dan kerukunan antar umat beragama.
4. Sebagai perantara antara ulama dan pemerintah untuk memudahkan komunikasi dengan tujuan mendukung pembangunan nasional.
5. Meningkatkan kerjasama antara organisasi, lembaga Islam, dan cendekiawan Muslim dalam memberikan pedoman kepada umat Islam.

Fatwa merupakan hasil dari pemikiran hukum Islam yang berupa ijtihad para ulama, merumuskan ketentuan hukum sebagai jawaban atas pertanyaan yang diajukan tentang berbagai aspek hukum. Perkembangan fatwa di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari perkembangan MUI sebagai salah satu lembaga yang diakui sebagai lembaga pemberi fatwa dan diikuti pandangan hukumnya (Mujib, 2015). Fatwa MUI

mempunyai pengaruh dalam membimbing umat Islam dalam memahami dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, serta memberikan pedoman dalam menghadapi perubahan sosial dan budaya. Fatwa MUI dapat menjadi pedoman atau acuan bagi konsumen dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan keyakinan atau nilai-nilai mereka. Produk atau jasa yang mendapatkan fatwa halal atau sesuai dengan ketentuan agama Islam cenderung lebih diminati oleh sebagian besar konsumen Muslim.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina. Fatwa tersebut menyatakan bahwa memberikan dukungan perjuangan kemerdekaan Palestina melawan agresi Israel adalah sebuah kewajiban, namun mendukung agresi Israel terhadap Palestina adalah hukumnya haram. Dengan tidak mengonsumsi produk-produk Yahudi. Israel, atau Amerika, baik secara pribadi maupun melalui negara atau pemerintah, otomatis kaum Yahudi kehilangan sumber pendapatan dan otomatis melemah (Husna, Hafidzi, & Hanafiah, 2023). Fatwa MUI tentang isu Palestina tidak hanya memengaruhi sikap individu terhadap konflik tersebut,

tetapi juga berpotensi mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk atau jasa yang terkait dengan negara yang terlibat. Produk dari negara yang didukung dalam fatwa cenderung diminati, sementara produk dari negara yang dinyatakan haram dapat mengalami penurunan minat beli. Dengan demikian, fatwa MUI tidak hanya memengaruhi aspek keagamaan, tetapi juga memengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian.

Dalam menindaklanjuti fatwa tersebut, masyarakat melanjutkan aksi boikot atau disebut juga BDS (Boikot, Divestasi, dan Sanksi) yang telah terjadi sejak tahun 2005. Menurut (Trisnawati, 2023), Gerakan *Boycott, Divestment, Sanctions (BDS)* mengajak para pengikutnya untuk meninggalkan merek-merek besar tersebut karena keterlibatan langsung mendukung kekejaman Israel terhadap warga Palestina. Boikot yang ditargetkan terutama terfokus pada tiga perusahaan besar, yakni *McDonald's (McD)*, *Starbucks*, dan *Disney+*. *Boycott, Divestment, Sanctions (BDS)* merupakan gerakan kebebasan, keadilan, dan kesetaraan yang dipimpin Palestina. BDS menjunjung tinggi prinsip bahwa masyarakat Palestina berhak atas hak yang sama seperti umat manusia lainnya. Gerakan

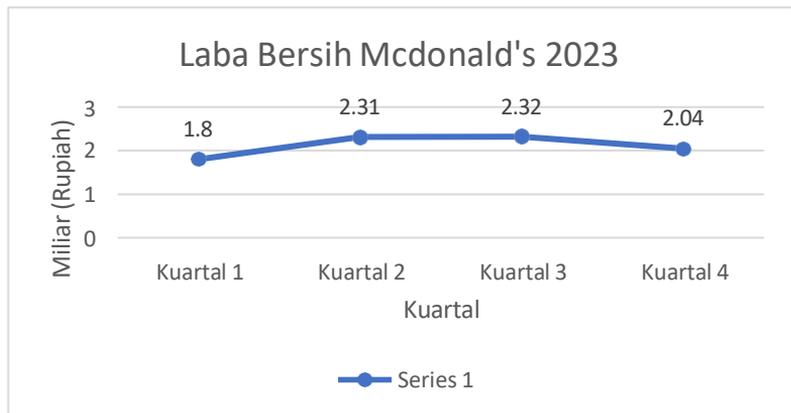
BDS dilakukan dengan berupaya mengakhiri dukungan internasional terhadap penindasan Israel terhadap masyarakat Palestina dan menekan Israel agar mematuhi hukum internasional.

McDonald's adalah salah satu perusahaan makanan cepat saji yang termasuk dalam tiga perusahaan besar yang berada dalam gerakan BDS. *McDonald's* merupakan perusahaan yang di dirikan pada tahun 1940 yang dimulai dari sebuah gerai *hamburger* di *San Bernardino, California*, dimiliki oleh sepasang saudara, *Dick McDonald's* dan *Mac McDonald's* (Rondonuwu, 2014). Menurut (Suhairi, Asmita, Mahira, Lubis, & Triyani, 2023), *McDonald's* di Indonesia dimulai pada tahun 1991 dengan membuka restoran pertamanya di Sarinah, Thamrin. Pada tahun 2009, anak perusahaan *Rekso Group, Rekso Nasional Food (RNF)*, menjalin perjanjian waralaba utama dengan *McDonald's International Property Company (MIPCO)*.

Mcdonald's merupakan produk yang berasal dari Amerika, dimana Amerika termasuk dalam negara yang paling mendukung Israel. Boikot produk Amerika dilakukan karena adanya indikasi, bahwa sebagian pendapatan nasional Amerika digunakan untuk

mendukung Israel, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dukungan langsung termasuk bantuan keuangan untuk pembangunan infrastruktur dan pengembangan senjata, yang memperkuat posisi Israel di tanah Palestina. Sementara dukungan tidak langsung mencakup kebijakan Amerika yang mendukung tindakan Israel terhadap Palestina. Oleh karena itu, boikot produk Amerika adalah tindakan moral sebagai bentuk solidaritas dengan perjuangan rakyat Palestina dan sebagai protes terhadap dukungan Amerika terhadap serangan Israel terhadap Palestina (Oktavia, Noval, Hanipah, & Handayani, 2024).

Gambar 2 Laba Bersih *Mcdonald's* 2023



Sumber : tradingview.com (2024)

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa gerakan BDS mempengaruhi penjualan atau laba bersih perusahaan. Boikot terhadap produk yang terafiliasi

dengan Israel, termasuk McDonald's, mengakibatkan masyarakat mencari pengganti produk lain, yang pada akhirnya berdampak pada penjualan dan laba bersih perusahaan tersebut. Peralihan ini secara langsung mempengaruhi penjualan produk yang diboikot, yang pada gilirannya berdampak negatif pada laba bersih perusahaan-perusahaan tersebut.

Harga menjadi salah satu faktor penting yang membedakan produk dan jasa dalam menarik minat konsumen. Kesamaan harga yang ditawarkan oleh perusahaan pada berbagai produk dan jasa dapat meningkatkan minat beli konsumen. Namun, dalam beberapa kasus di mana kualitas produk atau jasa relatif serupa, perbedaan harga dapat mendorong pembeli untuk memilih berdasarkan ketersediaan harga yang sesuai dengan anggaran mereka (Mediti, 2020). Harga yang ditetapkan dapat menjadi faktor penting dalam menarik atau menolak konsumen untuk membeli suatu produk atau menggunakan jasa tertentu. Harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Semakin tinggi harga jual suatu produk atau jasa, semakin rendah minat beli konsumen terhadap usaha tersebut (Tania, Hermawan, & Izzuddin, 2022).

Menurut (Kotler & Keller, 2012), Harga memiliki dampak signifikan terhadap minat beli, karena konsumen mempertimbangkan faktor harga saat memutuskan untuk melakukan pembelian suatu barang. Jika harga yang ditawarkan oleh perusahaan dirasa sesuai dan terjangkau oleh konsumen, kemungkinan besar mereka akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Salah satu tanda keberhasilan atau kegagalan suatu produk di pasar dapat dilihat dari seberapa besar minat beli konsumen terhadap produk tersebut yang terus berkembang. Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian atau tindakan yang terkait dengan pembelian, yang dievaluasi berdasarkan seberapa mungkin konsumen akan melakukan pembelian tersebut. Ini menciptakan motivasi yang terus menerus dalam pikiran seseorang dan menjadi dorongan yang kuat. Pada akhirnya, ketika konsumen harus memenuhi kebutuhan atau keinginannya, mereka cenderung membeli apa yang telah menjadi prioritas dalam pikiran mereka (Tanata & Christian, 2019). Upaya perusahaan untuk

meningkatkan minat beli konsumen melalui pengembangan produk yang menarik, penetapan harga yang bersaing, dan penerapan strategi pemasaran efektif, karena minat beli merupakan langkah awal dalam proses pembelian yang dapat memengaruhi keputusan akhir konsumen.

Minat beli terjadi saat konsumen merespons rangsangan yang diberikan oleh produk yang mereka lihat, yang memunculkan keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Ini terkait dengan kebutuhan konsumen akan mendapatkan produk yang mereka perlukan. Untuk menarik minat beli konsumen, penting untuk memperhatikan ketersediaan lokasi yang mudah dijangkau dan penetapan harga yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *McDonald's*”.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis akan merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?
2. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?
3. Apakah Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?

C. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan Penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Apakah Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?
3. Apakah Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*?

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang sedang dikaji. Penelitian ini

dilakukan dilakukan agar mengetahui pengaruh dari Fatwa MUI dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen.

H1 : Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.

Fatwa MUI adalah peraturan hukum yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menjawab pertanyaan dan isu-isu dalam bidang agama, dan kehidupan Muslim. Fatwa MUI kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat, khususnya bagi konsumen Muslim. Seperti yang disebutkan juga dalam Al-Qur'an bahwa seorang muslim harus taat kepada Rasul dan juga Ulil Amri (pemegang kekuasaan). Oleh karena itu, fatwa MUI dapat mempengaruhi minat beli masyarakat Islam di Indonesia, terutama dalam hal mempertimbangkan nilai-nilai dan ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini didukung dengan adanya penelitian (Husna, Hafidzi, & Hanafiah, 2023) dengan judul "Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan di Kota Banjarmasin". Hasil penelitian disimpulkan

dampak adanya pemboikotan produk pro Israel adalah menurunnya penjualan serta mengakibatkan beberapa produk tersebut tidak laku.

H2 : Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.

Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk, barang, atau jasa dan biasanya berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa.

Hal ini juga didukung oleh (Qolbi, 2023) dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Pada *Pizza Hut* Batu Aji Batam”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa harga produk sesuai dengan nilai yang diberikan atau terjangkau, minat beli mereka cenderung meningkat; sebaliknya, ketika harga dianggap terlalu tinggi atau melampaui kisaran yang dianggap wajar, minat beli konsumen bisa mengalami penurunan yang signifikan.

Kesesuaian harga dengan kemampuan finansial masyarakat juga berpotensi memengaruhi minat pembelian terhadap produk yang diinginkan.

H3 : Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.

Fatwa MUI adalah keputusan atau pendapat yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang suatu masalah kehidupan. Fatwa MUI tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, namun dapat mempengaruhi minat beli produk oleh konsumen muslim. Harga memiliki dampak besar terhadap minat beli konsumen. Ketika harga suatu produk atau jasa terjangkau atau dianggap sesuai dengan nilai yang diberikan, minat beli konsumen cenderung meningkat. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi atau di luar kisaran yang dianggap wajar oleh konsumen, minat beli bisa menurun. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting dalam memengaruhi minat beli dan kesuksesan penjualan suatu produk atau jasa.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan penulis adalah:

1. Manfaat Teoritis, yakni penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi tambahan untuk mengetahui pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian juga dapat dijadikan sebagai literatur kepustakaan dan acuan penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis, yakni hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat terkait faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini disajikan penulisan secara sistematis sebagaimana ketentuan sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari 5 (lima) bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini penulis menjelaskan terkait latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, hipotesis, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI : Pada bab ini, dijelaskan tentang kajian teori, kerangka berpikir, dan tinjauan penelitian terdahulu. Kajian teori mencakup kegiatan pencarian teori, identifikasi literatur, analisis dokumen, dan penyusunan kerangka teori. Kerangka berpikir menguraikan rangkaian konsep untuk menganalisis temuan penelitian, sementara tinjauan penelitian terdahulu merangkum penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN : Pada bab ini akan dijelaskan metode penelitian yang digunakan penulis, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, kisi-

kisi instrument penelitian, teknik analisis data, serta validasi data (validitas dan reabilitas data).

BAB IV HASIL PENELITIAN : Dalam bab ini diuraikan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian penulis.

BAB V PENUTUP : Dalam bab ini akan disampaikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis dari permasalahan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Majelis Ulama Indonesia (MUI)

a. Pengertian MUI

Majelis Ulama Indonesia (MUI) didefinisikan sebagai organisasi semi-pemerintah di Indonesia yang salah satu tujuannya adalah memberikan saran dan fatwa tentang agama serta isu-isu nasional kepada pemerintah dan masyarakat. Selain itu, diharapkan bahwa MUI turut berpartisipasi mempromosikan persatuan di kalangan umat Islam, dan berfungsi sebagai mediator antara pemerintah dan ulama (Baihaqi, 2019).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga otoritatif yang bertugas memberikan pandangan, fatwa, dan pedoman keagamaan bagi umat Islam di Indonesia. Meskipun MUI memiliki pengaruh besar dalam masyarakat Muslim di Indonesia, perlu diingat bahwa keputusan dan fatwa MUI bukanlah hukum yang bersifat mengikat secara hukum, dan masing-masing individu memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan berdasarkan keyakinan dan interpretasi pribadinya.

b. Sejarah MUI

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah perkumpulan dari ulama, zuama, dan cendekiawan muslim Indonesia. Pendirian majelis ini bermula dari perkumpulan 26 ulama yang berasal dari 26 provinsi di Indonesia, 10 ulama dari organisasi masyarakat Islam nasional, dan beberapa tokoh/cendekiawan. Dilihat dari banyaknya jumlah dan komposisi tokoh yang menyepakati dibentuknya MUI dapat dikatakan sangat krusial dan pentingnya sebuah wadah sebagai alat komunikasi sekaligus alat kontrol serta mediator yang dapat menghubungkan antara pemerintah dan umat Islam. Diharapkan bahwa MUI dapat mengawasi dan memberikan masukan kepada pemerintah dalam membuat keputusan yang berdampak pada kehidupan banyak orang, khususnya umat Islam. Umat Islam diharapkan untuk mendukung dan melaksanakan kebijakan pemerintah selama kebijakan tersebut berlandaskan pada nilai-nilai Islam. (Lathifah, et al., 2020).

Perkumpulan tersebut disebut sebagai Musyawarah Nasional (Munas) MUI yang pertama. Dalam Munas ini yang terpilih sebagai Ketua

Umum adalah Hamka. Pelantikan Hamka dan pengurus MUI lainnya bertempat di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Pada saat penutupan munas, Hamka mengemukakan bahwa apabila nasihat dan fatwa dari ulama tidak dihiraukan oleh penguasa, maka tidak ada undang-undang yang dapat menuntut pemerintah, karena pemerintahlah yang memegang undang-undang itu. (Lathifah, et al., 2020).

c. Tugas MUI

MUI adalah organisasi alim ulama umat Islam yang mempunyai tugas dan fungsi untuk pemberdayaan masyarakat/umat Islam. Menurut (Madani & Rufaida, 2023) terdapat tujuh tugas Majelis Ulama Indonesia (MUI), yaitu :

- a) Sebagai pengawal bagi umat Islam
- b) Sebagai pemberi edukasi dan pembimbing kepada umat Islam
- c) Sebagai penjaring kader yang lebih baik
- d) Sebagai pemberi solusi masalah keagamaan
- e) Sebagai perumus konsep pendidikan Islam
- f) Sebagai pengawal konten media massa
- g) Sebagai organisasi yang menjalankan kerja sama dengan organisasi keagamaan

2. Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023

a. Pengertian Fatwa MUI

Fatwa berasal dari bahasa Arab, al-fatwa yang berarti petuah, nasihat, jawaban atas pertanyaan yang berkaitan dengan hukum. Fatwa adalah pendapat keagamaan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai jawaban terhadap pertanyaan atau permasalahan tertentu. Fatwa merupakan deklarasi atau keputusan dari komisi fatwa MUI yang berkaitan dengan hukum Islam dan implementasinya di Indonesia. Meskipun fatwa MUI tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, namun memiliki pengaruh besar dalam membentuk pandangan masyarakat serta memengaruhi kebijakan pemerintah.

Tanggapan ulama dalam memahami ketentuan Allah SWT dan meningkatkan kesadaran dalam berperilaku merupakan kebutuhan yang krusial bagi umat Islam ketika menghadapi suatu masalah yang belum memiliki ketentuan hukumnya yang disebut dengan Fatwa. Para cendekiawan muslim berkolaborasi membentuk sebuah lembaga untuk permasalahan yang kontroversial di Indonesia, lembaga tersebut bernama Mejlis

Ulama Indonesia (MUI) dan mengenai respon yang di munculkannya dinamakan Fatwa MUI (Sidqi & Witro, 2020).

b. Kedudukan Fatwa MUI

Kedudukan MUI dalam masyarakat adalah MUI melibatkan upaya konstan untuk mendapatkan dukungan positif dari komunitas Islam dan organisasi-organisasi Islam. MUI berupaya menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah. Pendirian MUI tersebut dapat ditelaah dari fatwa-fatwa yang telah dikeluarkannya (Jamaa & Fahri, 2020).

Kedudukan fatwa MUI dalam hukum Indonesia tidak setara dengan peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan hukum mengikat. Fatwa MUI tidak punya legalitas untuk memaksa harus ditaati oleh seluruh umat Islam. Fatwa MUI lebih bersifat sebagai panduan moral dan spiritual bagi komunitas Muslim Indonesia. Posisi MUI sebagai otoritas keagamaan di Indonesia dibangun melalui perannya dalam memberikan sertifikasi halal, mempromosikan nilai-nilai Islam, dan mengeluarkan fatwa.

c. Faktor yang Mempengaruhi Fatwa MUI

Menurut (Mudzhar & Yusuf, 2012) faktor yang mempengaruhi fatwa adalah :

1. Keinginan untuk mendukung berbagai kebijakan pemerintah
2. Keinginan untuk merespon tantangan perkembangan zaman modern
3. Keinginan MUI untuk selalu menjaga kerukunan umat beragama
4. Keinginan untuk diterima baik oleh umat Islam Indonesia

d. Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023

Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 menyatakan bahwa mendukung agresi Israel terhadap Palestina atau pihak yang mendukung Israel, baik langsung maupun tidak langsung, hukumnya haram. Fatwa ini mendorong umat Islam untuk menghindari transaksi yang melibatkan produk-produk yang terkait dengan Israel dan merekomendasikan agar pemerintah mengambil tindakan tegas. Fatwa ini ditetapkan pada 8 November 2023 dalam Sidang Rutin Komisi Fatwa MUI. Fatwa ini didukung oleh ajaran Islam dan bertujuan untuk mendukung

kemerdekaan Palestina dan menghentikan pelanggaran Israel di Gaza.

Dalam Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 ditetapkan fatwa tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina. Berikut isi ketentuan hukum, rekomendasi, dan keputusan penutup dari fatwa tersebut.

Pertama : Ketentuan Hukum

1. Mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina atas agresi Israel hukumnya wajib.
2. Dukungan sebagaimana disebutkan pada point (1) di atas, termasuk dengan mendistribusikan zakat, infaq dan sedekah untuk kepentingan perjuangan rakyat Palestina.
3. Pada dasarnya dana zakat harus didistribusikan kepada mustahik yang berada di sekitar muzakki. Dalam hal keadaan darurat atau kebutuhan yang mendesak dana zakat boleh didistribusikan ke mustahik yang berada di tempat yang lebih jauh, seperti untuk perjuangan Palestina.
4. Mendukung agresi Israel terhadap Palestina atau pihak yang mendukung Israel baik langsung maupun tidak langsung hukumnya haram.

Kedua : Rekomendasi

1. Umat Islam diimbau untuk mendukung perjuangan Palestina, seperti gerakan menggalang dana kemanusiaan dan perjuangan, mendoakan untuk kemenangan, dan melakukan shalat ghaib untuk para syuhada Palestina.

2. Pemerintah diimbau untuk mengambil langkah-langkah tegas membantu perjuangan Palestina, seperti melalui jalur diplomasi di PBB untuk menghentikan perang dan sanksi pada Israel, pengiriman bantuan kemanusiaan, dan konsolidasi negara-negara OKI untuk menekan Israel menghentikan agresi.

3. Umat Islam diimbau untuk semaksimal mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme.

Ketiga : Ketentuan Penutup

1. Fatwa ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diperbaiki dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

2. Agar setiap muslim dan pihak-pihak yang memerlukan dapat mengetahuinya, menghimbau semua pihak untuk menyebarluaskan fatwa ini.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh sejumlah kombinasi produk, jasa, dan layanan tertentu. Harga sering kali dijadikan indikator nilai jika dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu produk atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya juga akan meningkat (Syahidin & Adnan, 2022).

Harga dalam aktivitas ekonomi bukan sekadar angka di label produk atau layanan, melainkan mencerminkan nilai dari barang atau jasa tersebut. Faktor-faktor seperti permintaan, penawaran, biaya produksi, branding, dan persepsi nilai konsumen turut memengaruhi harga. Dalam dinamika pasar, harga berperan sebagai pengatur pertukaran antara penjual dan pembeli, sementara juga mencerminkan aspek sosial dan budaya yang dapat memengaruhi keputusan konsumen serta menciptakan dinamika

ekonomi. Dalam konteks ekonomi modern, harga menjadi lebih dari sekadar penentu transaksi komersial, melainkan juga mencerminkan kompleksitas hubungan antara produsen, konsumen, dan pasar secara keseluruhan.

b. Indikator Harga

Indikator harga menurut (Kotler & Armstrong, 2008) adalah :

1. Harga yang terjangkau
2. Kesesuaian antara harga dan kualitas
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dan manfaat

4. Minat Beli

a. Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah ketertarikan konsumen terhadap produk tertentu yang mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut. Konsumen yang memiliki pandangan positif terhadap suatu produk atau merek cenderung tertarik untuk membeli produk atau merek tersebut (Novitasari & Sari, 2019). Dalam konteks bisnis dan pemasaran, memahami minat beli konsumen menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif

serta membangun hubungan yang kuat antara produk atau layanan dengan pasar sasarnya.

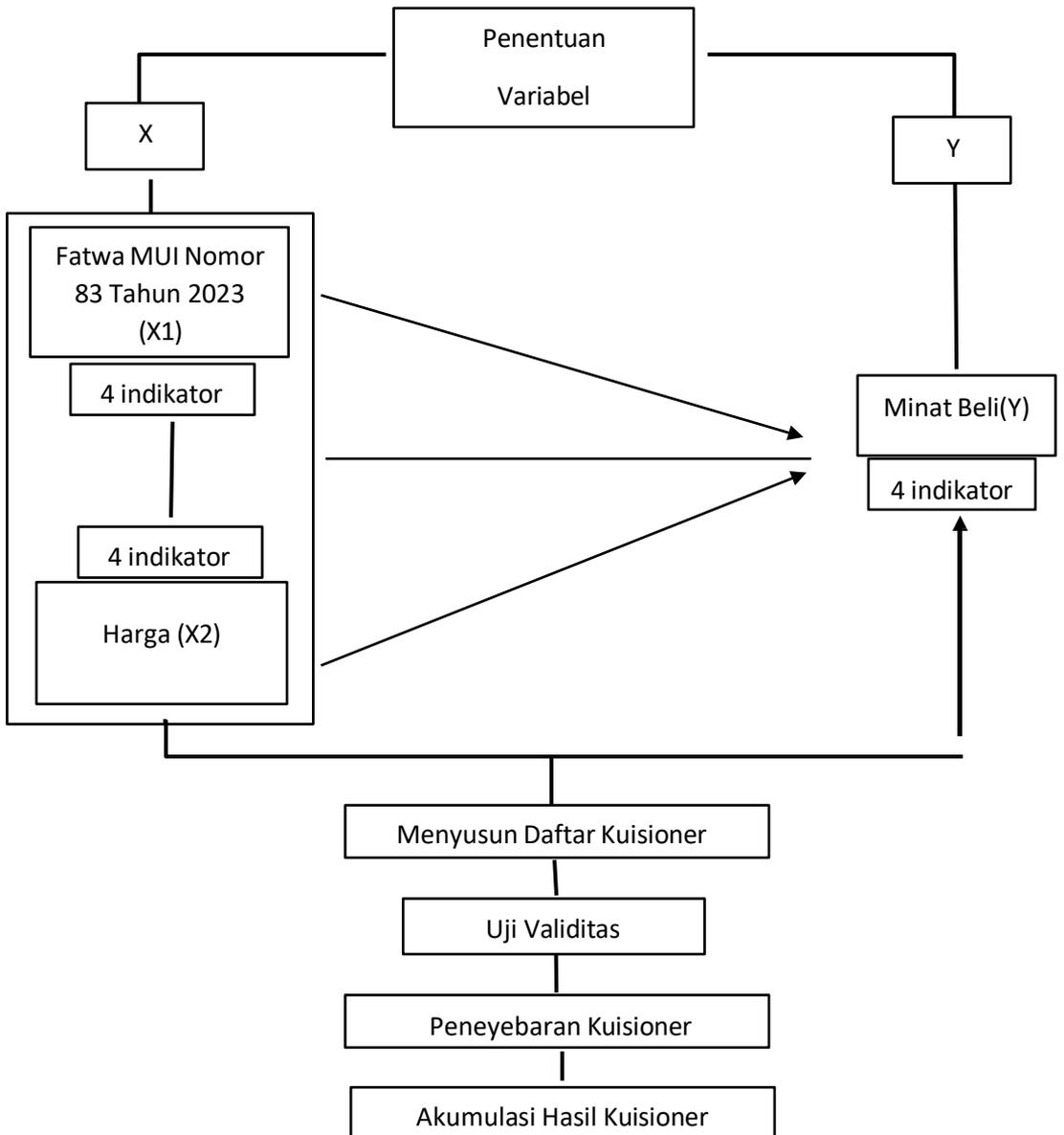
Minat beli merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu produk atau layanan yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Minat beli juga diartikan sebagai tingkah laku konsumen yang mencerminkan keinginan dan hasrat untuk memperoleh suatu produk. Menurut (Hermansyah, Kamanda, & Novel, 2022), minat beli merupakan elemen yang terkait dengan perilaku konsumen dalam proses keputusan untuk membeli dan mewujudkan tindakan konsumtif. Minat beli merujuk pada tahapan di mana konsumen mulai menunjukkan kecenderungan untuk bertindak, sebelum keputusan pembelian sebenarnya dilakukan.

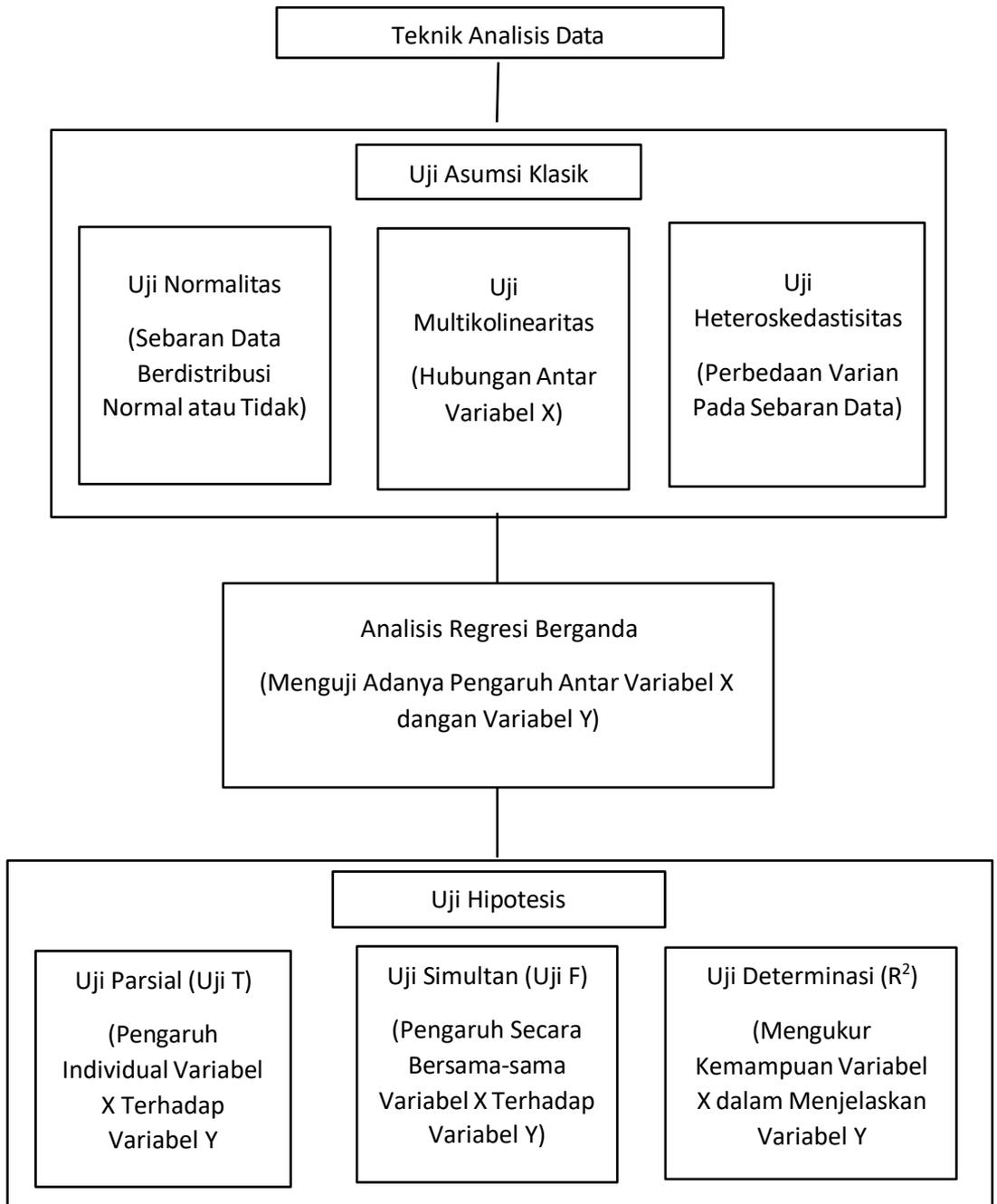
b. Indikator Minat Beli

Indikator minat beli menurut (Ferdinand, 2006) adalah sebagai berikut :

1. Minat transaksi
2. Minat referensi
3. Minat preferensi
4. Minat eksploratif

B. Kerangka Berpikir





C. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian-penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang digunakan sebagai referensi, perbandingan, dan landasan kuat atas karya tulis ilmiah yang sedang dibuat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Husna, Hafidzi, & Hanafiah, 2023) yang berjudul “Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan di Kota Banjarmasin”. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak pemboikotan produk pro Israel Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian disimpulkan dampak adanya pemboikotan produk pro Israel adalah menurunnya penjualan serta mengakibatkan beberapa produk tersebut tidak laku. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis yaitu menggunakan variabel independen fatwa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah metode yang digunakan, variabel dependen dan lokasi penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Cahyaningtyas, 2024) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli”. Penelitian ini berfungsi untuk meneliti Citra Merek (X1), Promosi(X2), dan Harga (X3) terhadap minat beli (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel X yaitu Citra Merek (X1), Promosi(X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis yaitu menggunakan variabel independen harga dan variabel dependen minat beli serta metode penelitiannya dengan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah jumlah variabel independent dan lokasi penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Reza, Solihin, Akbar, & Murdiyanto, 2024) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA *Collection*”. Penelitian ini berfungsi untuk meneliti Citra Merek (X1) dan Harga (X2) terhadap minat beli (Y). Penelitian ini menggunakan metode

kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode sampling jenuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Y), Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis yaitu menggunakan variabel independen harga dan variabel dependen minat beli serta metode penelitiannya dengan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah variabel independent pertama dan lokasi penelitiannya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah jenis metode penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga akhir penelitian (Gunawan, Asbari, Ramadhani, Makito, & Lubis, 2023). Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari 16 Mei 2024 sampai dengan 18 Mei 2024. Lokasi penelitian dilakukan di Jakarta Timur.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek/subjek penelitian, sedangkan sampel merupakan sebagian atau wakil yang memiliki karakteristik representasi dari populasi. Untuk dapat menentukan atau menetapkan sampel yang tepat diperlukan pemahaman yang baik dari peneliti mengenai sampling, baik penentuan jumlah maupun dalam menentukan sampel

mana yang diambil (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Jakarta Timur dengan jumlah 2.941.705 penduduk.

2. Sampel

Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023).

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini ialah menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan peluang pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Metode sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang diperlukan dalam penelitian (Malik, 2018). Ciri-ciri atau kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik responden beragama islam.
2. Karakteristik usia responden mulai dari 18- 25 tahun.

3. Karakteristik responden tinggal di Jakarta Timur dengan jumlah 2,9 juta penduduk.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

1 = angka konstanta

E = tingkat error (dalam penelitian ini menggunakan 10 %)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2.941.705}{1 + 2.941.705 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{2.941.705}{1 + 2.941.705 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{2.941.705}{1 + 29.417,05}$$

$$n = \frac{2.941.705}{29.418,05}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan jumlah perhitungan jumlah sampel tersebut berjumlah 99,99 namun karena subjek bilangan tersebut bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 100 sampel, Maka sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel responden.

D. Teknik Pengambilan Data

1. Data Primer

Data primer dalam suatu penelitian diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain (Priadana & Sunarsi, 2021). Teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* untuk mendapat data dari seluruh responden.

a. Kuisisioner

Kuisisioner atau angket adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian berbagai pertanyaan yang terkait dengan masalah penelitian. Tujuan utama penggunaan kuisisioner adalah untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban tertulis dari responden terkait dengan topik atau tujuan penelitian tertentu. Proses

penggunaan kuisisioner melibatkan perancangan pertanyaan yang jelas dan relevan, penyebaran kepada responden yang sesuai, dan analisis hasil jawaban yang diperoleh. Kuisisioner dapat digunakan dalam berbagai bidang, termasuk penelitian akademis, survei pasar, pengukuran kepuasan pelanggan, dan penelitian sosial lainnya.

Tabel 1 Pengukuran skor skala likert

Pilihan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau Pustaka (Priadana & Sunarsi, 2021). Teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah dengan menggunakan studi literatur. Studi literatur merupakan tahap pengumpulan informasi yang melibatkan analisis dan pemahaman terhadap data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal,

artikel, dan media lain yang relevan dengan teori dan kesimpulan yang sedang dikaji.

E. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Kisi-kisi instrumen penelitian adalah suatu kerangka atau rencana yang merinci unsur-unsur pokok yang akan diukur atau diobservasi dalam suatu penelitian. Kisi-kisi ini membantu peneliti untuk merancang instrumen penelitian yang sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 2 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Pernyataan
Fatwa MUI (X1) Nomor 83 Tahun 2023	Mendukung berbagai kebijakan pemerintah	Q1	Saya setuju bahwa Fatwa MUI memiliki peran yang kuat dalam mendukung kebijakan pemerintah dengan mempengaruhi minat beli konsumen.
		Q2	Tindakan pemerintah sudah sesuai dalam menerapkan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

		Q3	Saya sepakat bahwa Fatwa MUI memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dalam mendukung kebijakan pemerintah.
	Merespon tantangan perkembangan zaman	Q4	Saya setuju bahwa MUI mampu bersikap adaptif dalam mengeluarkan Fatwa.
	Menjaga kerukunan umat beragama	Q5	Saya setuju bahwa MUI mampu menciptakan stabilitas sosial dalam hal hubungan umat Bergama.
	Diterima baik oleh umat Islam Indonesia	Q6	Saya yakin dan menjalankan Fatwa MUI karena itu merupakan ijma' ulama.
Harga (X2)	Harga yang terjangkau	Q7	Saya tertarik membeli produk <i>McDonald's</i> karena harganya yang terjangkau.
		Q8	Saya setuju bahwa harga yang terjangkau adalah faktor penting dalam memilih produk.

		Q9	Saya sepakat bahwa harga yang terjangkau lebih disukai masyarakat.
	Kesesuaian harga dan kualitas	Q10	Saya selalu menilai kesesuaian harga produk dengan kualitas produk.
		Q11	Saya setuju bahwa harga yang tinggi selalu memiliki kualitas produk yang baik.
	Daya saing harga	Q12	Saya memiliki minat membeli karena harga produk <i>McDonald's</i> dapat bersaing dengan produk lain.
		Q13	Saya tertarik membeli produk <i>McDonald's</i> karena mempunyai branding yang kuat dan unik.
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Q14	Saya cenderung membeli produk <i>McDonald's</i> karena sesuai dengan harga yang tinggi dan memberikan manfaat yang besar.
		Q15	Saya berminat membeli produk <i>McDonald's</i> yang

			memiliki keseimbangan antara harga dan manfaat produk.
Minat Beli (Y)	Minat Transaksi	Q16	Saya menghindari transaksi produk <i>McDonald's</i> karena terafiliasi Israel.
		Q17	Saya tidak berminat membeli produk <i>McDonald's</i> setelah mengetahui Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.
		Q18	Saya selalu memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian setelah mengetahui informasi tentang harga produk.
	Minat Referensi	Q19	Saya turut serta memboikot produk <i>McDonald's</i> sesuai Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.
		Q20	Saya melihat review di internet dan tertarik untuk membeli produk <i>McDonald's</i>
	Minat Preferensi	Q21	Saya berminat untuk mengganti produk

			<i>McDonald's</i> setelah mengetahui harga dan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.
		Q22	Saya setuju bahwa penting untuk mengetahui tentang merek produk yang terafiliasi Israel.
		Q23	Saya lebih tertarik pada produk lain daripada produk <i>McDonald's</i> karena terafiliasi Israel.
	Minat eksploratif	Q24	Saya melihat informasi terkait produk <i>McDonald's</i> sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.
		Q25	Saya selalu mencari ide-ide baru sebelum membeli produk <i>McDonald's</i> .
	Minat Referensi	Q26	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai harga dan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 sebelum berminat membeli produk <i>McDonald's</i> .

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah langkah yang ditempuh untuk menentukan apakah data berasal dari suatu populasi dengan distribusi yang simetris atau terdistribusi secara normal. Distribusi normal adalah pola distribusi yang simetris di mana modus, mean, dan median terletak di tengah-tengah (Nuryadi, Astuti, Utami, & Budiantara, 2017). Kriteria yang digunakan yaitu data dikatakan normal apabila signifikansi atau nilai koefisien (*P-value*) pada output *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari alpha yang ditentukan $P_{value} \geq$ yaitu 0,05) (Suryani, K, & Mursalam, 2019).

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*)

serta besaran korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dikatakan dapat dikatakan bebas multikolinearitas jika mempunyai nilai VIF tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* tidak kurang dari 0,10 (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* tetap disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Dikatakan bebas dari heteroskedastisitas kalau signifikan $> 0,05$, tetapi kalau $\leq 0,05$ itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas (Indri & Putra, 2022).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang merupakan suatu analisa statistika yang menjelaskan hubungan antara dua variabel yakni, variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Analisis regresi linear berganda adalah suatu model regresi yang memuat lebih dari satu variabel bebas (Prasetyo & Helma, 2022). Variabel dependen (Y) pada penelitian ini ialah keputusan pembelian serta

variabel independent (X) pada penelitian ini adalah fatwa nomor 83 tahun 2023 dan pengetahuan. Berikut persamaan dari uji regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁₋₂ : Koefisien Regresi Berganda

X₁ : Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 X₂ : Harga

ε : Standar eror

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi (Sugiyono, 2018).

Berikut rumus yang digunakan yang ditemukan oleh (Sugiyono, 2018) adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Dengan kriteria uji:

1. Penentuan hipotesis

H1 diterima jika signifikan $< \alpha = 0,05$

H1 ditolak jika signifikan $> \alpha = 0,05$

2. Penentuan tingkat signifikan

Tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (alpha) sebesar 5%.

3. Penentuan kriteria uji

Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai t hitung yang di peroleh dengan t table. Jika nilai t hitung lebih besar dari t table maka H0 ditolak dan H1 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Marita, 2015), Uji F diperlukan untuk mengetahui adanya pengaruh simultan dari

semua variabel bebas yang dirumuskan terhadap variabel terikatnya. Tingkat signifikansi kesalahan atau alpha yang digunakan dalam penelitian adalah 0,05 sehingga pengambilan keputusan atas hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika nilai F-hitung $>$ alpha (0,05), maka disimpulkan bahwa H_0 diterima atau tidak ada berpengaruh.

Jika nilai F-hitung $<$ alpha (0,05), maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau terdapat pengaruh.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel X_1 dan X_2 secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y . Uji Koefisien Determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel X_1 yaitu fatwa nomor 83 tahun 2023, dan variabel X_2 yaitu harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat Y yakni minat beli. Nilai *Adjusted* R^2 mempunyai

interval antara 0 sampai 1 Apabila nilai *Adjusted R²* bernilai besar atau mendekati angka 1 artinya pengaruh dari variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y semakin kuat. Sedangkan apabila nilai *Adjusted R²* semakin kecil dapat diartikan pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y semakin lemah (Yuliara, 2016).

G. Validasi Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana sebuah instrumen dapat dianggap valid. Instrumen dengan tingkat validitas tinggi dapat diandalkan untuk mengukur secara akurat sesuai tujuan dan menggambarkan data variabel yang diselidiki dengan tepat (Darma, 2021).

Kriteria yang digunakan untuk menentukan ketepatan suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} :
 - 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dianggap valid.
 - 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dianggap tidak valid.
- b. Melihat nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka kuesioner dianggap valid.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka kuesioner dianggap tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah tingkat akurasi dan ketepatan sebuah instrumen yang menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan (Agung & Yuesti, 2019).

Sebuah pertanyaan dianggap memiliki reliabilitas yang baik ketika menghasilkan pengukuran yang konsisten pada subjek yang serupa (meskipun bukan orang yang sama) dan tidak dipengaruhi oleh pelaku tes, situasi, atau kondisi. Untuk mengevaluasi reliabilitas pertanyaan, dapat dihitung nilai koefisien reliabilitasnya (Nurdiansyah, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	80	80%
Laki-laki	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat diperhatikan bahwa responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 80 orang (80%) sedangkan laki-laki hanya 20 orang (20%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sebagai konsumen yang lebih memperhatikan minat beli dibanding laki-laki.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4 Jumlah Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18 tahun	4	4%
19 tahun	6	6%
20 tahun	11	11%
21 tahun	26	26%
22 tahun	28	28%
23 tahun	12	12%
24 tahun	5	5%
25 tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 22 tahun dengan jumlah 28 orang (28%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 22 tahun merupakan konsumen yang lebih memperhatikan minat beli. Selanjutnya, responden berusia 21 tahun berjumlah 26 orang (26%), usia 20 tahun sebanyak 11 orang (11%), usia 25 tahun sebanyak 8 orang (8%), usia 19 tahun sebanyak 6 orang (6%), usia 24 tahun sebanyak 5 orang (5%), dan usia 18 tahun sebanyak 4 orang (18%).

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner sah atau valid. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023	Indikator 1	0.609	0.374	Valid
2		Indikator 2	0.732	0.374	Valid
3		Indikator 3	0.801	0.374	Valid
4		Indikator 4	0.666	0.374	Valid
5		Indikator 5	0.691	0.374	Valid
6		Indikator 6	0.747	0.374	Valid
7	Harga	Indikator 1	0.657	0.374	Valid
8		Indikator 2	0.818	0.374	Valid
9		Indikator 3	0.696	0.374	Valid
10		Indikator 4	0.785	0.374	Valid
11		Indikator 5	0.657	0.374	Valid
12		Indikator 6	0.831	0.374	Valid

13		Indikator 7	0.782	0.374	Valid
14		Indikator 8	0.716	0.374	Valid
15		Indikator 9	0.635	0.374	Valid
16	Minat Beli	Indikator 1	0.791	0.374	Valid
17		Indikator 2	0.842	0.374	Valid
18		Indikator 3	0.715	0.374	Valid
19		Indikator 4	0.817	0.374	Valid
20		Indikator 5	0.529	0.374	Valid
21		Indikator 6	0.701	0.374	Valid
22		Indikator 7	0.802	0.374	Valid
23		Indikator 8	0.770	0.374	Valid
24		Indikator 9	0.805	0.374	Valid
25		Indikator 10	0.600	0.374	Valid
26		Indikator 11	0.696	0.374	Valid

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner sebagai indikator suatu variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban atas pertanyaannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,60.

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas

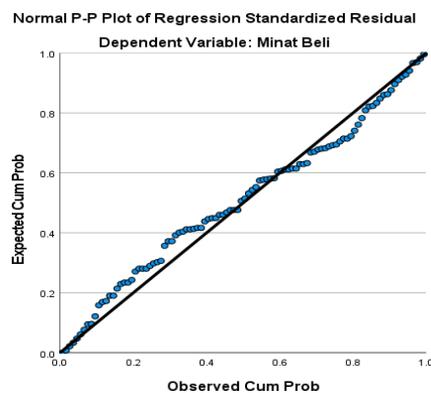
Variabel	Cronbach Alpha	N of item	Keterangan
Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023	0,798	6	Reliabel
Harga	0,885	9	Reliabel
Minat Beli	0,908	11	Reliabel

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji reliabilitas, nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 0,798; harga 0,885; dan minat beli 0,908. Hal ini berarti semua variabel tersebut memiliki reliabilitas yang baik, karena nilai koefisien alpha mereka berada di atas 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 3 Grafik normal PP-Plot



Pada grafik normal plot, titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.67026228	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.075	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.105	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.108	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.100
		Upper Bound	.116

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

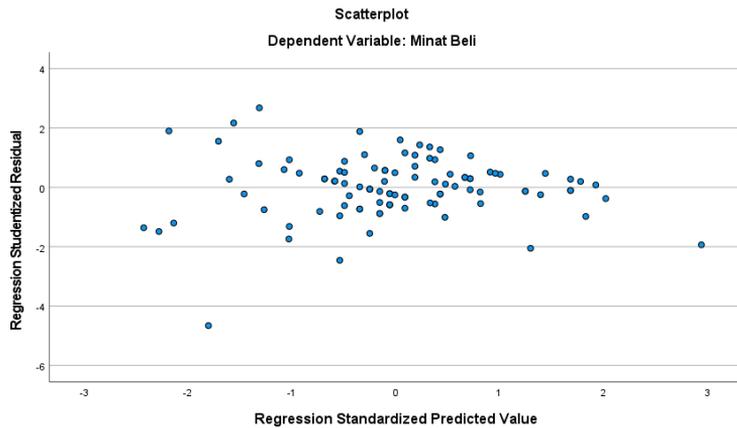
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Jika nilai signifikansi variabel penelitian $> 0,05$ maka distribusi normal, dan sebaliknya jika signifikansi variabel penelitian $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas di atas diketahui nilai signifikansi $0,105 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 Gambar Grafik ScatterPlot



Dari gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa uji heteroskedastisitas telah terpenuhi.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001		
	Fatwa	.721	.111	.535	6.478	<.001	.925	1.081
	Harga	.205	.083	.205	2.477	.015	.925	1.081

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data diolah Penulis (2024)

Keputusan dalam uji multikolinearitas dapat didasarkan pada nilai *tolerance* dan VIF. Berdasarkan hasil output, nilai *tolerance* dan VIF pada kolom *Collinearity Statistics* adalah sebagai berikut:

- a) Nilai *tolerance* variabel Fatwa 0,721 > 0,10 dan VIF 1,081 < 10 berarti tidak terjadi multikoleniaritas
- b) Nilai *tolerance* variabel Harga 0,205 > 0,10 dan VIF 1,081 < 10 berarti tidak terjadi multikoleniaritas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001
	Fatwa (X1)	.721	.111	.535	6.478	<.001
	Harga (X2)	.205	.083	.205	2.477	.015

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Data diolah Penulis (2024)

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + B_2 X_2 + e$$

$$\text{Minat Beli} = 21,780 + 0,721 X_1 + 0,205 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar 21,780 artinya apabila Fatwa MUI Nomor 83

Tahun 2023 dan Harga diasumsikan nol, maka minat beli bernilai 21,780.

2. Nilai koefisien regresi variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 sebesar 0,721 artinya setiap peningkatan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,721 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,205 artinya setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,205 dengan asumsi variabel lain tetap.

5. Uji Hipotesis

- a. Uji F (Secara Simultan)

Tabel 10 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.490	2	223.745	30.746	<.001 ^b
	Residual	705.900	97	7.277		
	Total	1153.390	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Fatwa (X1)

Sumber: Data diolah Penulis (2024)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai F hitung 30,746 > F tabel 3,09 dengan signifikansi 0,001 < 0,05 artinya adalah variabel independent bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji T (Secara Parsial)

Tabel 11 Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001
	Fatwa (X1)	.721	.111	.535	6.478	<.001
	Harga (X2)	.205	.083	.205	2.477	.015

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Data diolah Penulis (2024)

Variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023

Diketahui t hitung 6,478 > t tabel 1,661 dan signifikansi 0,001 < 0,005 yang artinya variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Variabel Harga

Diketahui t hitung 2,477 > t tabel 1,661 dan signifikansi 0,001 < 0,005 yang artinya bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

c. Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.375	2.69765

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Fatwa (X1)

Sumber: Data diolah Penulis (2024)

Hasil perhitungan regresi bahwa nilai koefisiensi determinasi (*R square*) sebesar 0,388 atau 38,8%. Artinya variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 38,8%, sedangkan sisanya 61,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menentukan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda, koefisien regresi untuk α adalah 21,780, yang berarti bahwa ketika program harga dan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 berada dalam kondisi normal, minat beli konsumen adalah sebesar 21,780 satuan. Koefisien regresi untuk b_1 adalah 0,721 dan untuk b_2 adalah 0,205. Ini berarti setiap kenaikan 1 satuan pada variabel harga,

dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,721 satuan, dan setiap kenaikan 1 satuan pada variabel kualitas produk, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,205 satuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk X_1 (6,478) lebih besar dari t tabel (1,661) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$; dan t hitung untuk X_2 (2,477) lebih besar dari t tabel (1,661) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$; sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Ini berarti variabel Fatwa MUI (X_1) Nomor 83 Tahun 2023 dan variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian, Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan harga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kita sebagai warga negara dapat mengukur atau berintrospeksi kepada diri sendiri, sejauh mana kepedulian kita terhadap himbauan atau fatwa yang dikeluarkan. Artinya penelitian ini dapat dijadikan bahan atau referensi atau renungan sudah berapa besar tingkat kepedulian kita terhadap Palestina. Hal tersebut dapat diukur dari sudah seberapa patuh kita mengikuti himbauan fatwa. Kedepannya mungkin dapat dijadikan parameter untuk mengukur tingkat keimanan atau ketaqwaan masyarakat muslim.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk *McDonald's*, serta menentukan variabel independen mana yang memiliki pengaruh terbesar. Berdasarkan rumusan masalah penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, beberapa kesimpulan dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan nilai t_{hitung} untuk X_2 (2,477) $>$ t_{tabel} 1,661 dan signifikansi $0,001 < 0,005$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).
2. Dengan nilai t_{hitung} untuk X_1 (6,478) $>$ t_{tabel} 1,661 dan signifikansi $0,001 < 0,005$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel Fatwa MUI (X_1) Nomor 83 Tahun 2023 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).

3. Hasil dari F_{hitung} untuk variabel bebas (Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga) sebesar 30,746 dengan tingkat signifikan sebesar 0.001. Sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ adalah sebesar 3.09 maka variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan variabel Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
4. Hasil perhitungan regresi bahwa nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,388 atau 38,8%. Artinya variabel Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 38,8%, sedangkan sisanya 61,2% dijelaskan oleh variabel lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, disarankan hal-hal berikut sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada masyarakat terkait dengan Fatwa MUI untuk menjadi pertimbangan dalam minat beli konsumen.
2. Berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) nomor 83 tahun 2023, sangat disarankan

untuk tidak membeli produk dari McDonald's. Fatwa tersebut menyatakan bahwa terdapat kandungan bahan yang tidak memenuhi standar kehalalan dalam produk-produk McDonald's.

3. Berdasarkan penelitian ini, dapat diperhatikan menurunnya minat beli terhadap produk McDonald's di kalangan konsumen Muslim dapat dipahami mengingat adanya fatwa MUI nomor 83 tahun 2023.
4. Menghadapi fatwa MUI yang mendorong boikot terhadap produk-produk tertentu mencerminkan upaya untuk memperkuat solidaritas umat dan menyelaraskan konsumsi dengan nilai-nilai keagamaan yang kita anut. Melalui tindakan boikot yang didasarkan pada prinsip-prinsip keagamaan, kita dapat berkontribusi pada perubahan positif di tingkat global.
5. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian agar informasi yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dapat diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. P., & Yuesti, A. (2019). *METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal PILAR : Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15-31.
- Baihaqi, M. (2019). LEGITIMASI MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DALAM KONTESTASI ISLAM POLITIK MUTAKHIR. *Al-Ma'arief : Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 1(2), 55-72.
- Cahyaningtyas, A. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Harga terhadap Minat Beli. *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 7(1), 14-19.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 21 UPDATE PLS REGRESI*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, D. I., Asbari, H., Ramadhani, J., Makito, S., & Lubis, I. S. (2023). ANALISA KEAMANAN INFORMASI PENGGUNA INSTANDER DENGAN METODE ANALISIS DAN METODE KUANTITATIF. *Journal of Scientech Research UNES*, 8(1), 28-33.
- Habibaty, D. M. (2017, Desember). PERANAN FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL MAJELIS ULAMA INDONESIA TERHADAP HUKUM POSITIF INDONESIA. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(4), 447-454.
- Hakim, Z. (2021). PERAN FATWA MUI SEBAGAI PRODUK HUKUM ISLAM DALAM MASYARAKAT. *Jurnal Al'Adalah*, 24(2), 105-118. doi:<https://doi.org/10.35719/aladalah.v24i2.77>
- Hanifah, A. A. (2014). *SKRIPSI : PENGARUH FATWA HARAM ROKOK OLEH PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MAHASISWA IAIN WALISONGO SEMARANG (Studi Kasus Organisasi Mahasiswa IMM dan HMI IAIN Walisongo Semarang)*. Semarang: IAIN Walisosngo Semarang.
- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Novel, A. H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

- Konsumen pada Apotik Kimia Farma Aviari Batam.
Jurnal Al-Amal, 1(1), 14-18.
- Husna, K., Hafidzi, A., & Hanafiah, M. (2023). DAMPAK PEMBOIKOTAN PRODUK PRO ISRAEL FATWA DSN MUI NOMOR 83 TAHUN 2023 BAGI WARUNG RUMAHAN DI KOTA BANJARMASIN. *Indonesia Journal of Islamic Jurispudence, Economic and Legal Theory (IJIJEL)*, 1(4), 868-876.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). PENGARUH UKURAN OERUSAHAAN DAN KONSENTRASI PASAR TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, dan Kewirausahaan*, 2(2), 1-17.
- Jamaa, L., & Fahri, A. (2020, Desember). STUDI TERHADAP FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA BIDANG SOSIAL KEMASYARAKATAN DAN IPTEK. *Jurnal Tahkim*, 16(2), 213-233.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Lathifah, Z., Arifin, S., Mundzirin, Y., Riswinarno, Badrun, Abdurrahman, D., . . . Fatiyah. (2020). *GERAKAN-GERAKAN ISLAM INDONESIA KONTEMPORER*. (M. Wildan, Ed.) Yogyakarta: Adab Press.
- Madani, M. T., & Rufaida, R. (2023, Maret). THE ROLE OF MUI FATWA AS A PRODUCT OF ISLAMIC LAW IN SOCIETY. *Al-Ridha : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 63-70.
doi:<https://doi.org/10.58223/al-ridha.v1i1.88>
- Malik, A. (2018). *PENGANTAR STATISTIKA PENDIDIKAN*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Marita, W. E. (2015). PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENERAPAN BUSINESS ENTITY CONCEPT. *Jurnal Akuntansi AKRUAL*, *7*(1), 18-40.
- Mastuki. (2020, Juni 11). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Retrieved Januari 14, 2024, from Kemenag.go.id: <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Mediti, O. S. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen

- pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290-1300.
- Mudzhar, M. A., & Yusuf, C. F. (2012). *FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DALAM PERSPEKTIF HUKUM DAN PERUNDANG-UNDANGAN*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Mujib, F. (2015). Perkembangan Fatwa di Indonesia. *Jurnal Nizham*, 4(1), 94-121.
- Novitasari, & Sari, M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Online di Marketplace. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 97-108.
- Nurdiansyah, B. (2021). ANALISIS SOAL EVALUASI MELALUI PENDEKATAN KUANTITATIF. *Jurnal Pusdiklat Kesos*, 17, 114-126.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *DASAR-DASAR STATISTIKA PENELITIAN*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Octaviana, D. R., & Ramadhani, R. A. (2021). HAKIKAT MANUSIA : PENGETAHUAN (KNOWLEDGE), ILMU PENGETAHUAN (SAINS), FILSAFAT DAN AGAMA. *Jurnal Tawadhu*, 5(2), 143-159.

- Oktavia, Noval, M. R., Hanipah, R., & Handayani, M. F. (2024). PEMNGARUH DAMPAK BOIKOT PRODUK AMERIKA TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 318-323.
- Prasetyo, R. A., & Helma. (2022). ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA UNTUK MELIHAT FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEMISKINAN DI PROVINSI SUMATRA BARAT. *Journal of Mathematics UNP*, 7(2), 62-68.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Tangerang: Pascal Books.
- Qolbi, N. (2023). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada Pizza Hut Batu Aji Batam. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 21-27.
- Reza, F. I., Solihin, U., Akbar, T., & Murdiyanto, E. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA Collection. *SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 285-303.
- Rizal, S., & Nurrahman, A. (2021, Oktober). PEMERINTAHAN DALAM ISLAM (Telaah Buku Fikrotul Idari Fiil Islam Karya Muhammad Nasyir). *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 11(2), 231-239. doi:<https://10.33701/jiwbp.v11i2.2200>

- Rondonuwu, G. (2014). *SKRIPSI : TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN MCDONALD'S MANADO*. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sidqi, I., & Witro, D. (2020, Januari-Juni). KEDUDUKAN FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN NASIONAL : STUDI IMPLIKASI FATWA TERHADAP MASYARAKAT. *Jurnal Nizham*, 8(01), 20-31.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, FAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhairi, Asmita, R. A., Mahira, T. I., Lubis, S. A., & Triyani, W. S. (2023). ANALISIS STRATEGI BISNIS RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DALAM MEMASUKI PASAR GLOBAL. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 35-46.
- Suryani, A. I., K, S., & Mursalam, M. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN METODE MIND MAPING TERHADAP HASIL BELAJAR ILMU PENGETAHUAN SOSIAL MURID KELAS V SDN NO. 166 INPRES BONTORITA KABUPATEN

- TALAKAR. *Jurnal Kajian Pendidikan Dasar (JKPD)*, 4(2), 741-753.
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 4(1), 20-32.
- Tanata, H. F., & Christian, S. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(2), 230-239.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK : Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 75-84.
- Trisnawati, R. (2023, Januari-Juni). BOIKOT DAN AKTIVISME : PERILAKU KONSUMEN DALAM ISU KONFLIK ISRAEL-PALESTINA. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History (JEBESH)*, 2(3), 20-25.
- Wahyuning, S. (2021). *DASAR-DASAR STATISTIK*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Windi, S. (2023, 9 Juni). *Mayoritas Penduduk Jakarta Beragama Islam pada 2022*. Retrieved Februari 5, 2024, from DataIndonesia.id:

<https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-penduduk-jakarta-beragama-islam-pada-2022>

Yuliara. (2016). *MODUL REGRESI LINEAR BERGANDA* .
Bali: Universitas Udayana.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Turnitin



Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Judul Kuesioner Penelitian Skripsi

Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *McDonald's*

Deskripsi

Assalamu'alaikum wr. wb.

Responden yang Terhormat,

Perkenalkan saya Nur Fajar Sab'a Waisrin Ramadhani mahasiswi Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai "Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *McDonald's*".

Kriteria yang dimaksud :

1. Responden beragama Islam
2. Responden berusia 18-25 tahun
3. Berdomisili di Jakarta Timur

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaannya berpartisipasi dalam survei ini. Seluruh informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, terlebih identitas saudara/i akan dirahasiakan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Tahap 1

Identitas Responden

Nama :

Umur :

- 18 tahun
- 19 tahun
- 20 tahun
- 21 tahun
- 22 tahun
- 23 tahun
- 24 tahun
- 25 tahun

Jenis Kelamin :

- Perempuan
- Laki-laki

Tahap 2

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara/i diminta untuk memilih pada salah satu skala 1 sampai 5 yang tersedia pada kolom dibawah pernyataan untuk menentukan seberapa setuju saudara/i mengenai hal-hal tersebut. Jika menurut saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi

anda mengenai beberapa pernyataan dengan memilih bobot jawaban yang tersedia, yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-ragu (R)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 (X1)

No.	Instrumen Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya setuju bahwa Fatwa MUI memiliki peran yang kuat dalam mendukung kebijakan pemerintah dengan mempengaruhi minat beli konsumen.					
2	Tindakan pemerintah sudah sesuai dalam menerapkan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dapat mempengaruhi minat beli konsumen.					
3	Saya sepakat bahwa Fatwa MUI memiliki pengaruh					

	signifikan terhadap minat beli dalam mendukung kebijakan pemerintah.					
4	Saya setuju bahwa MUI mampu bersikap adaptif dalam mengeluarkan Fatwa.					
5	Saya setuju bahwa MUI mampu menciptakan stabilitas sosial dalam hal hubungan umat Bergama.					
6	Saya yakin dan menjalankan Fatwa MUI karena itu merupakan ijma' ulama.					

Harga (X2)

No.	Instrumen Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya tertarik membeli produk <i>McDonald's</i> karena harganya yang terjangkau.					
2	Saya setuju bahwa harga yang terjangkau adalah					

	faktor penting dalam memilih produk.					
3	Saya sepakat bahwa harga yang terjangkau lebih disukai masyarakat.					
4	Saya selalu menilai kesesuaian harga produk dengan kualitas produk.					
5	Saya setuju bahwa harga yang tinggi selalu memiliki kualitas produk yang baik.					
6	Saya memiliki minat membeli karena harga produk <i>McDonald's</i> dapat bersaing dengan produk lain.					
7	Saya tertarik membeli produk <i>McDonald's</i> karena mempunyai branding yang kuat dan unik.					
8	Saya cenderung membeli produk <i>McDonald's</i> karena sesuai dengan harga yang					

	tinggi dan memberikan manfaat yang besar.					
9	Saya berminat membeli produk <i>McDonald's</i> yang memiliki keseimbangan antara harga dan manfaat produk.					

Minat Beli (Y)

No.	Instrumen Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya menghindari transaksi produk <i>McDonald's</i> karena terafiliasi Israel.					
2	Saya tidak berminat membeli produk <i>McDonald's</i> setelah mengetahui Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023					
3	Saya selalu memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian setelah mengetahui informasi tentang harga produk.					

4	Saya turut serta memboikot produk <i>McDonald's</i> sesuai Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.					
5	Saya melihat review di internet dan tertarik untuk membeli produk <i>McDonald's</i>					
6	Saya berminat untuk mengganti produk <i>McDonald's</i> setelah mengetahui harga dan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023.					
7	Saya setuju bahwa penting untuk mengetahui tentang merek produk yang terafiliasi Israel.					
8	Saya lebih tertarik pada produk lain daripada produk <i>McDonald's</i> karena terafiliasi Israel.					
9	Saya melihat informasi terkait produk <i>McDonald's</i>					

	sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.					
10	Saya selalu mencari ide-ide baru sebelum membeli produk <i>McDonald's</i> .					
11	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai harga dan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 sebelum berminat membeli produk <i>McDonald's</i> .					

Lampiran 3: Hasil Jawaban Responden

FATWA (X1)							
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1.	4	3	3	4	4	4	22
2.	4	4	3	4	4	4	23
3.	4	4	4	5	4	4	25
4.	3	3	3	4	4	4	21
5.	5	5	4	4	4	5	27
6.	4	5	4	4	5	4	26
7.	5	3	4	4	4	4	24
8.	5	5	5	4	5	4	28
9.	4	4	4	5	4	4	25
10.	4	4	5	4	4	4	25
11.	4	4	5	4	5	4	26
12.	4	4	3	3	3	3	20
13.	5	3	4	4	4	5	25
14.	4	4	4	5	4	4	25
15.	4	4	5	5	5	4	27
16.	5	4	4	5	4	3	25
17.	4	3	4	4	5	4	24
18.	4	4	5	4	5	5	27
19.	5	3	5	3	4	3	23
20.	5	4	5	4	4	4	26
21.	4	4	5	4	4	4	25
22.	4	5	4	4	4	5	26
23.	5	5	5	4	4	5	28
24.	4	3	4	4	5	4	24
25.	4	4	4	3	4	4	23
26.	5	4	5	5	5	5	29
27.	4	5	4	5	4	4	26
28.	4	4	5	4	4	4	25

29.	5	4	4	5	3	4	25
30.	3	4	3	3	4	4	21
31.	4	5	4	4	5	4	26
32.	5	4	5	5	5	5	29
33.	4	4	4	5	4	4	25
34.	4	4	5	4	4	5	26
35.	5	5	4	5	5	5	29
36.	4	4	5	4	4	4	25
37.	4	4	4	5	4	4	25
38.	4	4	5	4	4	4	25
39.	5	5	4	5	5	5	29
40.	4	4	5	4	4	4	25
41.	5	5	4	5	5	5	29
42.	4	5	5	4	4	5	27
43.	4	4	5	4	4	3	24
44.	5	5	5	5	5	5	30
45.	4	4	4	5	4	4	25
46.	4	4	5	4	4	5	26
47.	4	4	4	5	4	4	25
48.	5	5	5	4	4	4	27
49.	4	4	4	5	4	4	25
50.	5	4	4	4	5	4	26
51.	4	3	4	2	3	3	19
52.	4	4	5	4	4	4	25
53.	4	4	4	5	4	5	26
54.	3	3	3	5	3	3	20
55.	4	3	3	4	5	4	23
56.	4	2	2	3	4	4	19
57.	4	4	4	5	4	4	25
58.	4	3	4	4	4	3	22
59.	4	5	4	3	4	3	23
60.	4	4	4	3	4	4	23
61.	5	5	4	5	5	5	29
62.	5	5	4	4	4	5	27

63.	4	5	5	4	5	4	27
64.	4	4	4	5	4	3	24
65.	4	4	5	4	4	5	26
66.	4	4	5	4	4	4	25
67.	5	4	4	5	4	4	26
68.	5	4	5	4	4	5	27
69.	4	5	4	4	4	5	26
70.	5	5	4	5	5	5	29
71.	4	4	5	4	3	4	24
72.	4	4	4	5	4	4	25
73.	4	5	5	4	5	5	28
74.	4	4	5	4	4	5	26
75.	5	5	4	5	4	5	28
76.	3	4	4	4	5	4	24
77.	3	3	4	3	3	5	21
78.	3	3	3	4	4	3	20
79.	5	3	3	4	5	5	25
80.	4	4	4	5	4	4	25
81.	4	4	5	4	4	5	26
82.	4	4	4	5	4	4	25
83.	5	3	5	4	5	4	26
84.	5	5	5	5	5	5	30
85.	5	3	4	5	5	5	27
86.	5	4	4	5	5	4	27
87.	4	4	3	4	5	4	24
88.	4	3	3	3	4	4	21
89.	5	4	5	4	4	4	26
90.	5	4	4	5	4	5	27
91.	4	4	5	4	4	3	24
92.	4	3	4	4	5	4	24
93.	4	5	4	4	4	5	26
94.	5	5	5	4	4	5	28
95.	5	4	2	4	3	4	22
96.	4	4	5	4	4	5	26

97.	4	5	3	4	5	4	30
98.	4	4	4	5	4	4	29
99.	5	4	5	5	4	5	33
100	4	4	3	4	4	4	27

HARGA (X2)										
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
1	5	4	5	5	3	4	4	3	5	38
2	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	37
4	4	5	5	5	2	4	4	5	5	39
5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	36
6	5	5	5	4	3	4	4	4	5	39
7	4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
8	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
9	4	4	5	4	4	4	3	3	4	35
10	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
11	5	5	5	4	5	4	5	2	2	37
12	4	4	4	5	3	4	4	3	3	34
13	3	4	5	4	5	4	3	4	5	37
14	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
15	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
16	4	4	4	5	3	4	2	4	3	33
17	4	2	5	5	4	4	4	3	4	35
18	3	4	5	5	2	4	2	2	5	32
19	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29

20	4	2	4	4	4	3	2	2	4	29
21	4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
22	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
23	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41
24	5	5	5	4	3	4	4	3	4	37
25	4	4	5	4	3	4	4	3	4	35
26	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42
27	4	5	5	5	3	4	4	3	4	37
28	4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
29	5	5	4	5	2	4	4	2	4	35
30	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42
31	5	4	5	3	5	4	4	4	5	39
32	5	5	4	5	4	3	4	4	5	39
33	4	4	5	4	2	3	4	2	5	33
34	4	5	5	2	2	4	4	5	4	35
35	5	5	4	5	5	3	5	5	5	42
36	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
37	4	4	5	5	5	4	5	4	5	41
38	4	4	4	5	4	3	4	4	4	36
39	5	5	5	4	5	3	5	5	5	42
40	5	4	4	5	4	3	4	4	4	37
41	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
42	4	4	5	4	3	4	4	4	5	37
43	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
44	5	5	5	4	5	5	3	5	5	42
45	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38

46	4	5	5	5	4	4	3	4	5	39
47	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
48	5	5	4	5	5	4	4	3	4	39
49	4	4	5	4	3	4	3	2	4	33
50	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
51	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
52	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
53	4	4	5	4	4	3	4	4	4	36
54	4	4	4	5	2	3	3	2	4	31
55	3	5	5	4	4	4	3	3	4	35
56	5	5	4	5	5	3	5	5	5	42
57	4	4	4	5	4	5	4	3	4	37
58	4	4	5	4	4	3	4	3	5	36
59	2	3	2	5	2	5	5	5	3	32
60	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
61	5	1	5	5	4	5	1	1	5	32
62	5	5	5	4	4	5	3	3	5	39
63	5	5	4	5	5	4	5	4	5	42
64	4	4	5	4	5	4	4	3	4	37
65	4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
66	5	5	5	4	3	4	4	3	5	38
67	4	3	4	5	4	4	4	2	4	34
68	4	4	5	5	4	5	4	3	5	39
69	5	5	4	5	3	5	3	5	5	40
70	3	5	5	4	3	4	4	2	3	33
71	5	5	4	4	3	3	4	3	4	35

72	3	3	4	5	5	3	5	4	4	36
73	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
74	4	4	5	4	4	3	4	3	4	35
75	3	2	4	5	4	4	3	3	5	33
76	5	4	5	5	5	3	5	4	5	41
77	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29
78	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40
79	4	5	2	5	2	3	4	2	4	31
80	3	4	4	3	4	4	5	3	5	35
81	4	4	5	4	3	3	4	3	4	34
82	3	3	4	5	3	5	4	3	5	35
83	3	3	5	5	5	4	3	4	5	37
84	5	5	4	5	3	5	5	4	5	41
85	5	5	5	4	4	5	4	3	5	40
86	4	4	3	4	4	5	4	4	4	36
87	4	5	5	5	3	4	4	3	4	37
88	3	3	4	3	4	2	4	2	5	30
89	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
90	2	2	5	5	4	4	4	4	5	35
91	5	5	4	5	3	5	4	4	5	40
92	5	5	5	4	2	4	4	3	5	37
93	4	5	4	5	4	4	5	5	5	41
94	4	5	5	5	3	4	4	3	5	38
95	5	4	5	3	3	4	3	2	5	34
96	4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
97	5	5	5	4	3	4	5	4	5	40

98	5	3	5	4	4	4	5	4	4	38
99	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
100	2	4	4	5	5	4	4	3	5	36

MINAT BELI (Y)												
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Total
1	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	47
2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	47
3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	46
4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	2	4	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	52
6	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	51
7	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	47
8	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	50
9	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	45
10	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	47
11	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	50
12	4	4	5	4	4	3	4	1	4	3	4	40
13	4	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	45
14	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	46
15	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	51
16	3	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	40
17	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	3	47
18	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	52
19	5	4	3	5	4	3	5	3	5	3	5	45

20	5	5	4	5	4	4	5	5	4	2	4	47
21	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	47
22	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	47
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	50
24	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	49
25	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	48
26	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	51
27	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	49
28	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	47
29	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	52
30	4	2	5	3	4	3	4	3	4	5	4	41
31	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	47
32	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	50
33		4	5	5	5	3	5	5	5	4	3	44
34	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	49
35	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	51
36	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	51
37	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	52
38	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	47
39	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	52
40	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	47
41	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	52
42	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	50
43	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	50
44	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	51
45	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	47

46	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	49
47	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	46
48	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	49
49	5	5	4	5	3	5	5	5	4	3	4	48
50	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	50
51	2	2	4	2	4	2	2	3	4	4	3	32
52	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	52
53	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	51
54	3	3	4	3	3	5	3	3	4	4	4	39
55	4	4	5	4	3	4	5	4	3	3	3	42
56	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	4	48
57	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	45
58	4	4	5	3	4	3	5	5	4	3	3	43
59	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	52
60	5	5	4	5	2	2	5	5	5	4	4	46
61	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	52
62	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	50
63	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	51
64	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	48
65	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	47
66	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	46
67	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	49
68	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	50
69	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	46
70	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	48
71	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	47

72	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	43
73	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	52
74	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	47
75	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	49
76	5	5	4	5	3	3	5	4	5	5	4	48
77	3	3	5	4	3	5	3	4	3	3	3	39
78	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	50
79	5	5	4	5	4	2	5	5	2	3	4	44
80	5	2	5	2	5	5	2	4	5	5	5	45
81	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	49
82	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	47
83	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	51
84	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	52
85	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	49
86	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	48
87	5	5	4	5	3	4	5	5	4	2	3	45
88	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	48
89	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	50
90	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	47
91	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	49
92	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	47
93	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	49
94	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	51
95	5	5	4	5	2	3	5	4	3	3	5	44
96	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	46
97	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	49

98	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	45
99	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	49
100	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	3	48

Lampiran 4: Hasil Olah Data

1. Hasil Uji Validitas Variabel Fatwa MUI (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.47	3.913	.415	.799
X1.2	21.73	3.582	.576	.761
X1.3	21.57	3.495	.686	.734
X1.4	21.63	3.757	.487	.782
X1.5	21.57	3.909	.558	.767
X1.6	21.37	3.689	.618	.752

2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	34.73	16.685	.546	.881
X2.2	34.70	15.252	.744	.863
X2.3	34.27	17.720	.634	.875
X2.4	34.43	16.185	.716	.866
X2.5	34.53	16.602	.544	.881
X2.6	34.70	16.010	.776	.861
X2.7	34.63	16.447	.717	.866
X2.8	34.80	15.614	.598	.879
X2.9	34.40	17.903	.561	.879

3. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	43.33	24.092	.741	.896
Y.2	43.47	23.499	.800	.892
Y.3	43.50	25.224	.661	.901
Y.4	43.50	23.017	.762	.894
Y.5	43.40	25.903	.438	.911
Y.6	43.63	24.585	.632	.901
Y.7	43.20	24.510	.759	.896
Y.8	43.47	22.257	.684	.901
Y.9	43.30	24.424	.762	.896
Y.10	43.67	24.437	.488	.911
Y.11	43.53	24.671	.627	.902

4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fatwa MUI (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	6

5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

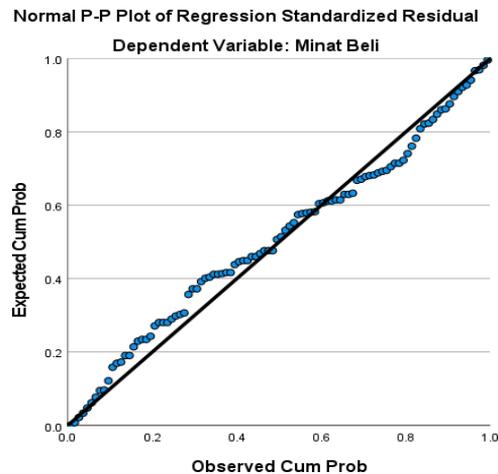
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	9

6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	11

7. Hasil Uji Normalitas dengan Grafik *Normal P-Plot*



8. Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.67026228	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.075	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.105	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.108	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.100
		Upper Bound	.116

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

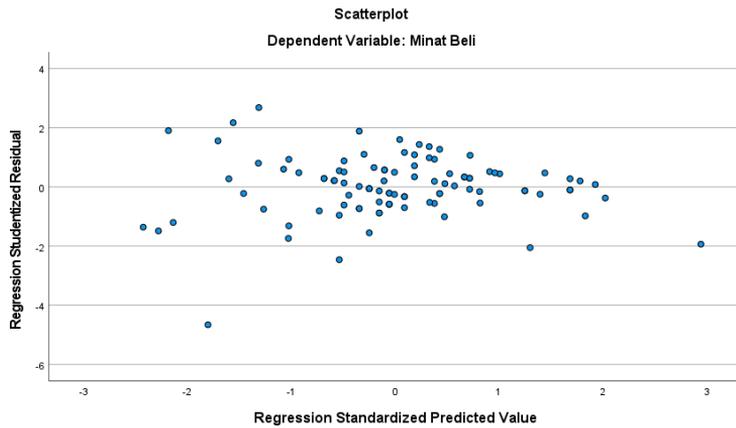
9. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001		
	Fatwa	.721	.111	.535	6.478	<.001	.925	1.081
	Harga	.205	.083	.205	2.477	.015	.925	1.081

a. Dependent Variable: Minat Beli

10. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik

Scatterplot



11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001
	Fatwa (X1)	.721	.111	.535	6.478	<.001
	Harga (X2)	.205	.083	.205	2.477	.015

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

12. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.780	3.570		6.101	<.001
	Fatwa (X1)	.721	.111	.535	6.478	<.001
	Harga (X2)	.205	.083	.205	2.477	.015

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

13. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.490	2	223.745	30.746	<.001 ^b
	Residual	705.900	97	7.277		
	Total	1153.390	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Fatwa (X1)

14. Hasil Uji Koefisien Determinasi**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.375	2.69765

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Fatwa (X1)

BIODATA PENULIS

Penulis memiliki nama lengkap Nur Fajar Sab'a Waisrin Ramadhani. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Iwan dan Ibu Retno Puspawati. Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 02 Desember 2002. Untuk saat ini, penulis tinggal di Jalan Sultan Agung, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta. Penulis dapat dihubungi melalui email ramadhaninurfajarrgmail.com. 2008 penulis memulai Pendidikan formal di SDN Manggarai Selatan 01 Pagi (2008-2014), lalu meneruskan ke jenjang SMP di SMPN 57 Jakarta (2014-2017), dan di SMK Farmasi PUSKESAD (2017-2020). Selesai menempuh Pendidikan menengah kejuruan, penulis melanjutkan Pendidikan Sastra (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia dimulai pada tahun 2020 dan diakhiri tahun 2024. Selama melaksanakan penulisan skripsi ini, penulis menerapkan sebuah motto yaitu *“The act of wanting to pursue something maybe even more precious than actually becoming that, that thing so I feel like just being in process itself is a prize and so you shouldn't think of it as a hard way and even if you do get stressed out you should think of it as happy stress, just enjoy while pursuing it cause it's that precious” (Mark Lee)*. Selesailah penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada produk *McDonald's*”, penulis berharap penulisan ini dapat mendatangkan manfaat dan keberkahan untuk kehidupan mendatang.