

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *STORE IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC MERR SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

EKA SELFI NUR JAYANTI
20012010338/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *STORE IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC MERR SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan oleh:

EKA SELFI NUR JAYANTI
20012010338/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN STORE IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC MERR SURABAYA**

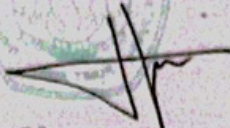
Disusun Oleh:

Eka Selfi Nur Jayanti
20012010338

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

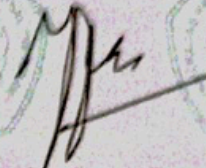
Pada: 13 Mei 2026

Pembimbing Utama



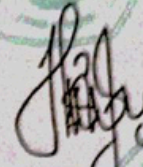
Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardani, MM, CMA
NIP.196310091991032001

**Tim Penguji
Ketua**



Dra. Endang Iryanti, MM
NIP.196201081990032001

Anggota



Dr. Hesty Prima Rini, S.E., M.M
NIP. 198410132019032010

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Selfi Nur Jayanti

NPM : 200120103338

Program : Manajemen

Program Studi : Sarjana(S1)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Mei 2026
Yang Membuat pernyataan



Eka Selfi Nur Jayanti
NPM. 20012010338

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, taufi, dan hidayah-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Brand Image* dan *Store Image* Terhadap keputusan pembelian KFC MERR Surabaya**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU., CHRA., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, MSi selaku Koordinator Program Studi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardani, MM, CMA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan meluangkan

waktunya dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Abdul Kadir dan Ibu Nurochmi yang sangat berjasa bagi hidup saya. Terima kasih telah memberikan banyak doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang kepada penulis.
7. Ke-tiga Adik penulis, Bayu, Cinta, dan Balqis yang telah menjadi motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan studinya hingga selesai, terutama adik pertama penulis yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan.
8. Kedua sahabat penulis, Risma dan Ripka yang telah berjuang bersama, saling memberi semangat, saling mengingatkan, dan menemani dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Eka Selfi Nur Jayanti, diri saya sendiri. Terimakasih sudah berusaha dan bertahan sejauh ini. Semua yang ada dalam skripsi ini menjadi bukti perjuangan dan pembelajaran bagi saya. Prosesnya memang lama tapi bisa selesai adalah bukti sesulit apapun, selama apapun, selagi memiliki keinginan, tekad, dan usaha pasti sampai ke tujuan yang diinginkan.

Sangat disadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan waktu sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian ini bisa memberikan informasi bagi masyarakat dan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Surabaya, 17 Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Peneliti.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Operasional dan Pengukurasn Variabel.....	31
3.2 Teknik Penentuan Sempel	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
3.5 Teknik Analisi dan Uji Hipotesis	39
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.3 Analisis Data	59

4.4	Pengujian Hipotesis	65
4.5	Pembahasan	66
BAB V		69
KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	69
Daftar Pustaka		71
LAMPIRAN		74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Size Global Fast Food.....	2
Gambar 1.2 Laporan Keuangan KFC Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	42
Gambar 4.1 Peta Operasional KFC	47
Gambar 4.2 Diagram Jalur	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market size	6
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Table 4.2 Usia Responden	49
Table 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Brand Image (X1)	50
Table 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Store Image (X2)	52
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Table 4.6 Outer Loading	60
Table 4.7 Cross Loading	62
Tabel 4.8 Composite Reliability	63
Table 4.9 R-square	64
Table 4.10 Path Coefficients	65

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *STORE IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC MERR SURABAYA

Oleh:

Eka Selfi Nur Jayanti
20012010338/FEB/EM

Pada era serba praktis dan instan ini banyak berdampak pada persaingan bisnis *Quick Service Restaurant*. Semakin banyak merek dagang bermunculan pada sektor ini. Oleh karena itu pemilik restoran perlu memperhatikan citra merek maupun citra store yang baik agar teringat dibenak konsumen. Dengan demikian konsumen akan lebih mempertimbangkannya untuk membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *store image* terhadap keputusan pembelian KFC MERR Surabaya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*. Dimana tidak semua konsumen bisa menjadi responden. Total responden pada penelitian ini sebanyak 140 orang.

Dari hasil uji SEM-PLS dapat disimpulkan bahwa: 1. *Brand image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian KFC MERR Surabaya. 2. *Store image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian KFC MERR Surabaya.

Kata kunci: brand image, store image, keputusan pembelian