

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTWAY'S  
TENGILIS SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**IMEL RIZQINA FIRDAUS**  
**22012010041/FEB/EM**

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

**2026**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTWAY'S TENGGILIS  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**IMEL RIZOINA FIRDAUS**

**22012010041/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTWAY'S TENGGILIS  
SURABAYA**

Disusun Oleh :

**IMEL RIZQINA FIRDAUS**

**22012010041 / FEB / EM**

**Telah Dipertahankan Dihadapan  
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

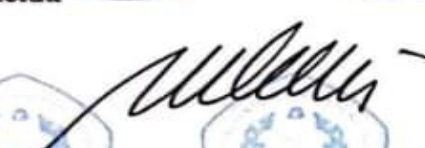
**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal: 30 Juni 2026**


**Dosen Pembimbing**

**Tim Penguji  
Ketua**

  
**Drs. Ec. Suprivono, SE.MM**  
**NIP. 196106261988031001**

  
**Dr. Sugeng Purwanto, SE.MM**  
**NIP. 196801081989031001**



**Anggota**

  
**Dr. G. Oka Warmana, S.E., M.M.**  
**NIP. 198512052024061002**

**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 : Imel Rizqina Firdaus  
NPM : 22012010041  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi\* 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/Tesis/Desertasi 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, 29 Mei 2026  
Yang Membuat pernyataan


Imel Rizqina Firdaus  
NPM. 22012010041

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTWAY’S TENGGILIS SURABAYA” Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini terdapat berbagai rintangan dan tantangan di sepanjang perjalanan penelitian. Namun, berkat dukungan moral, spiritual, dan bantuan nyata dari berbagai pihak, penulis akhirnya mampu mengatasi segala kesulitan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari kontribusi banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si. CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani, SE., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, S.E., M.M.CFP. selaku Dosen Wali yang telah memberi penulis bimbingan, bantuan, arahan, pengetahuan, kritik, serta saran selama perkuliahan.
5. Bapak Drs. Ec, Supriyono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing utama penulis yang telah dengan sabar dan penuh dedikasi membimbing, membantu, dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi. Bimbingan, arahan, kritik dan saran yang beliau berikan sangatlah berarti bagi penulis.
6. Kedua orang tua penulis, serta keluarga yang telah memberikan doa, perhatian, serta dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Sahabat seperjuangan Dewi, Selma, Anita, Bela, Safira, Shella, dan Azzahra yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas petualangan yang luar biasa ini, untuk canda, tawa, dukungan, hiburan, serta semangat yang diberikan kepada penulis. Pertemuan kita memang sangatlah singkat, namun terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berkontribusi serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu bertahan sejauh ini untuk mampu menyelesaikan skripsi dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata penulis menyampaikan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Surabaya, 19 Mei 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	17
2.2.3 <i>Brand Image</i> .....	18
2.2.4 Persepsi Kualitas Produk.....	21
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Kerangka Konseptual.....	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Definisi Operasional.....	30
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	35

3.2 Teknik Pengumpulan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.4.1 Uji Validitas .....	39
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	40
3.5.1 Teknik analisis Data.....	40
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	41
3.5.3 Langkah-Langkah PLS .....	41
3.5.4 Asumsi PLS .....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Variabel dan Indikator Penelitian .....	54
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data .....	62
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	62
4.4 Pembahasan.....	72
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Hotway's Tenggilis Surabaya (2025) .....	5
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	54
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Kualitas Produk (X2).....	57
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.7 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	64
Tabel 4.8 <i>Cross Loadings</i> .....	66
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	67
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i> .....	67
Tabel 4.11 <i>Latent Variable Correlations</i> .....	68
Tabel 4.12 <i>R Square</i> .....	69
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Preferensi Anak Muda dalam Memilih Kuliner (2024).....	1
Gambar 1.2 Foto Produk Hotway's Chicken .....	4
Gambar 1.3 Ulasan Hotway's Chicken cabang Tenggilis .....	6
Gambar 1.4 akun TikTok dan Qpon Hotway's Tenggilis Surabaya.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 3.1 Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i> .....	43
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i> ...	62
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic</i> .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	85
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuisisioner Penelitian.....	89
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS.....	92

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTWAY'S  
TENGILIS SURABAYA**

Oleh :

**IMEL RIZQINA FIRDAUS**

**22012010041/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Persaingan bisnis makanan cepat saji yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mampu membangun *brand image* dan menjaga kualitas produk agar dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hotway's Chicken Tenggilis Surabaya merupakan salah satu usaha kuliner ayam goreng cepat saji yang mengalami fluktuasi penjualan serta memperoleh beberapa ulasan negatif dari konsumen terkait kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian Hotway's Chicken Tenggilis Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* terhadap 90 responden yang pernah melakukan pembelian di Hotway's Chicken Tenggilis Surabaya. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hotway's Chicken Tenggilis Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek dan kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Persepsi Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.