

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus di Restoran California Fried Chicken Cabang
Mall SLIPI JAYA Jakarta Barat, Provinsi DK Jakarta)**

SKRIPSI



Nama : Septian Dwi Permana

NIM : 43121010333

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus di Restoran California Fried Chicken Cabang
Mall SLIPI JAYA Jakarta Barat, Provinsi DK Jakarta)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Septian Dwi Permana
NIM : 43121010333

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septian Dwi Permana

Nim : 43121010333

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Juli 2025



Septian Dwi Permana

NIM 43121010333

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : SEPTIAN DWI PERMANA
NIM : 43121010333
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus di Restoran California Fried
Chicken Cabang Mall SLIPI JAYA Jakarta Barat, Provinsi DK Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 23 July 2025

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Juli/23/0000000219/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Septian Dwi Permana
NIM : 43121010333
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus di Restoran
California Fried Chicken Cabang Mall SLIPI JAYA Jakarta Barat,
Provinsi DK Jakarta)
Tanggal Sidang : 14 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Muhammad Nashar D, S.E., MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255215



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian CFC Di Mall Slipi Jaya, DK Jakarta. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian di CFC Mall Slipi Jaya Jakarta Barat. Pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai metode Purposive Sampling sebanyak 140 responden dengan kriteria konsumen CFC di Mall Slipi Jaya yang berusia 18-40 tahun. Metode pengumpulan menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* melalui *software* SmartPLS versi 4.0 dengan instrumen penelitian kuesioner. Hasil dari penelitian yaitu *Brand Image*, Promosi, dan *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Promosi, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Brand Image, Promotion and Word Of Mouth on Purchasing Decisions in CFC Slipi Jaya's Mall, DK Jakarta. The population in this research are customers who make purchase at CFC Slipi Jaya's Mall, West Jakarta. The Sampling methods in this study uses Purposive Sampling method of 140 respondents with the criteria consumers of CFC Slipi Jaya's Mall aged 18-40 years. The methods of data collecting using survey method, with the reeseach instrument being a questionnaire. The data analyzed method using is Partial Least Square with SmartPLS software version 4.0 with a questionnaire research instrument. The results of the study are Brand Image, Promotion, and Word Of Mouth has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Key Words: Brand Image, Promotion, Word Of Mouth, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di restoran California Fried Chicken Cabang Mall Slipi Jaya Jakarta Barat, Provinsi DK Jakarta”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh kelulusan perkuliahan dan nilai pada mata kuliah Tugas Akhir pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhammad Nashar D, S.E, MBA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Adi Nurhmahdi, MBA selaku Dosen Ketua Penguji Sidang Skripsi
6. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., M.M selaku Dosen Penelaah Seminar Proposal Skripsi.
7. Ibu Daruh Asih, Dr., M.Si selaku Dosen Metodologi Penelitian.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2021.

10. Orang tua saya tercinta, Almarhumah Ibu Hj. Siti Juarsih dan Almarhum Bapak H. Endang Sukarya, yang selalu memberikan doa meskipun dari alam akhirat.
11. Kakak saya yang selalu mendoakan saya Eva Asri dan Almarhum adik saya Agung Yudha.
12. Kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
13. Kepada sumber jurnal, buku yang telah menjadi bahan referensi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Dengan segala ketulusan, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Septian Dwi Permana
NIM. 43121010333

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen	14
3. Keputusan Pembelian	15
A. Faktor-Faktor Pembentuk Keputusan Pembelian	16
B. Dimensi Keputusan Pembelian	17
C. Indikator Keputusan Pembelian	17
4. <i>Brand Image</i>	18
A. Faktor-Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	19

B. Dimensi <i>Brand Image</i>	20
C. Indikator <i>Brand Image</i>	20
5. Promosi	21
A. Faktor-Faktor Pembentuk Promosi	22
B. Dimensi Promosi	23
C. Indikator Promosi	24
6. <i>Word Of Mouth</i>	25
A. Faktor- Faktor Pembentuk <i>Word Of Mouth</i>	25
B. Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	26
C. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	28
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual	32
D. Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Operasionalisasi Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sampel	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Analisis Pratial Least Square	47
3. Langkah-langkah Uji Analisis PLS	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51

A. Gambaran Umum	51
1. Sejarah Singkat CFC Mall Slipi Jaya	51
2. Analisis Deskriptif	52
B. Karakteristik Jawaban Responden	52
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
a. Deskripsi Profil Responden	52
b. Deskripsi Perilaku Responden	54
C. Deskripsi Variabel	54
a. Deskripsi Kuisioner Jawaban <i>Brand Image</i>	54
b. Deskripsi Kuisioner Jawaban Promosi	55
c. Deskripsi Kuisioner Jawaban <i>Word Of Mouth</i>	56
d. Deskripsi Kuisioner Jawaban Keputusan Pembelian	57
D. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS)	58
E. Evaluasi Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
a. <i>Convergent Validity</i>	58
b. <i>Discriminat Valiity</i>	61
c. <i>Cronbach Alpha dan Composite Realibility dan r square</i>	62
d. <i>Goodnees Of Fit Model</i>	64
F. Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	65
1. Nilai <i>R-Square</i>	65
2. Hasil Pengujian Hipotesis	65
G. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Rating ulasan dan Outlet CFC	5
1.2	Data Prasurvei	9
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Operasional Variabel	40
3.2	Skala Pengukuran Variabel	43
4.1	Deskripsi Profil Responden	52
4.2	Deskripsi Perilaku Responden	54
4.3	Deskripsi Jawaban Kuisioner <i>Brand Image</i>	54
4.4	Deskripsi Jawaban Promosi	55
4.5	Deskripsi Jawaban <i>Word Of Mouth</i>	56
4.6	Deskripsi Jawaban Keputusan Pembelian	57
4.7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	59
4.8	Hasil Uji <i>Diskriminant Validity</i>	61
4.9	Hasil Uji <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	63
4.10	Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64
4.11	Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	65
4.12	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Ayam Goreng Krispi Terenak di Indonesia Tahun 2023	3
1.2	Data Pendapatan CFC 2020-2023	4
1.3	Rating dan Ulasan CFC Jakarta Barat	5
2.1	Kerangka Pemikiran	35
4.1	Hasil Output Algoritma PLS (Modifikasi)	60



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 2	Hasil Pengujian Kuisoner	82
Lampiran 3	Deskripsi Profil Responden	93
Lampiran 4	Deskripfi Perilaku Reponden	94
Lampiran 5	Hasil Output Modifikasi PLS	94

