



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *EWOM*, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC**

SKRIPSI

DINDA ARIVIA PUJANTARI 2210111004

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *EWOM*, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

DINDA ARIVIA PUJANTARI 2210111004

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dinda Arivia Pujiantari

NIM : 2210111004

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

Jakarta, 6 Oktober 2025

Yang menyatakan,

A 5000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'METRAL TEMPALU', and 'ACAG2ANX083258095'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

(Dinda Arivia Pujiantari)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dinda Arivia Pujiantari
NIM : 2210111004
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Image*, *eWOM*, Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian KFC

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat: Jakarta
Pada tanggal: 4 Desember 2025
Yang menyatakan,



(Dinda Arivia Pujiantari)

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *EWOM*, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DINDA ARIVIA PUJANTARI 2210111004

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima



Dra. Bernadln Dwi, MM., CPM

Ketua Penguji



Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS, MBA, CWM

Penguji I



Dienn-Ruhjatini Sholihah, SE., MM.

Penguji II



Dr. Jubaedah, SE., MM.

Dekan



Siti Hidayati, SE., MM.

Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2025

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, EWON, AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION OF KFC

By Dinda Arivia Pujiantari

ABSTRACT

Fluctuations in KFC's sales performance over the past five years are reflected in the company's annual reports which shown decreasing sales. Meanwhile, KFC still exist on first ranking top brand index the last five years. Moreover, KFC continues to operate outlets across various regions of Indonesia, both on Java Island and beyond. This research is quantitative research that investigates the impact of brand image, electronic word of mouth (eWOM), and lifestyle on purchasing decisions at KFC. The purpose of this research for investigate what's factor affecting purchase decision on KFC. This research utilizes primary data collected through a questionnaire distributed using a purposive sampling approach, resulting in 100 respondents. The data were examined using both descriptive and inferential analyses (structural equation model) with the support of SmartPLS 3 software. The results revealed that Brand Image significantly influences Purchasing Decision, eWOM does not influence Purchase Decision, and Lifestyle significantly influences Purchasing Decision.

Keywords: *Brand Image, eWOM, Fast Food, Lifestyle, Purchase Decision.*

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *EWOM*, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC

Oleh Dinda Arivia Pujiantari

ABSTRAK

Fluktuasi penjualan KFC selama lima tahun terakhir berdasarkan laporan tahunan perusahaan mengalami penurunan. Akan tetapi KFC masih memiliki eksistensi dengan selalu menjadi peringkat nomor satu di *top brand* pada lima tahun terakhir. Lebih lanjut, KFC masih memiliki outlet di wilayah Indonesia baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mengkaji pengaruh *brand image*, *eWOM*, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian KFC. Tujuan dari penelitian ini untuk mencari tahu faktor pendorong keputusan pembelian konsumen terhadap KFC. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner dan menggunakan metode *purposive sampling* yang menghasilkan 100 responden. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial (*Structural Equation Model*) dengan bantuan *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand image* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *eWOM* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *lifestyle* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, *eWOM*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Restoran Cepat Saji.

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Dinda Arivia Pujiantari
NIM : 2210111004
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

Pengaruh Brand Image, eWOM, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian KFC

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang-Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiaty, MM	Ketua	
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Anggota I	
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 16 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas seluruh rahmat dan karunia- Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *eWOM*, dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian KFC”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Melalui kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan penting dalam memberikan dukungan dan arahan selama proses penyusunan skripsi.

1. Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian skripsi ini hingga selesai.
4. Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat.
5. Dr. Bambang Pujiyono, S. Sos., MM., M. Si., selaku mentor penulis yang telah menemani penulis dari penulis kecil hingga saat ini. Mentor yang selalu menjadi kompas kehidupan penulis, selalu memotivasi dan mendorong penulis untuk menjadi lebih baik. Perjalanan kami masih terus berjalan, ini bukan akhir namun awal dari permulaan karir.
6. Mama yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis setiap hari nya hingga penulis selalu diberikan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. *Peers Group* penulis khususnya rekan-rekan “bismillah 3,5 tahun” yang sudah menemani dan membantu penulis dari maba hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 6 Oktober 2025

Dinda Arivia Pujiantari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.4 <i>Brand Image</i>	13
2.1.5 <i>eWOM</i>	13
2.1.6 <i>Lifestyle</i>	15
2.2 Penelitian Sebelumnya	16
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.3.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh <i>eWOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.1.1 Definisi Operasional.....	27
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Jenis Data	30
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Teknik Analisa Data	32

3.4.1	Analisis Data Deskriptif	32
3.4.2	Analisis Data Inferensial.....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Data Penelitian	41
4.2.1	Deskripsi Data Responden	41
4.2.2	Analisis Deskriptif Data Responden	45
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	49
4.3.1	Analisis Data Inferensial.....	49
4.3.2	Uji Hipotesis	57
4.4	Pembahasan	59
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.2	Pengaruh <i>eWOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Keterbatasan Penelitian	64
5.3	Saran.....	64
	DAFTAR PUSTAKA	66
	RIWAYAT HIDUP.....	70
	LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman <i>Y on Y</i>	1
Tabel 2.	Daftar Outlet KFC di Wilayah Jakarta	6
Tabel 3.	<i>Top Brand Index</i> KFC	6
Tabel 4.	Matriks Penelitian Terdahulu	23
Tabel 5.	Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 6.	Profil Responden	29
Tabel 7.	Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 8.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	31
Tabel 9.	Interprestasi Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 10.	Indeks Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 11.	Indeks Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 12.	Indeks Variabel Variabel <i>eWOM</i>	47
Tabel 13.	Indeks Variabel <i>Lifestyle</i>	48
Tabel 14.	<i>Outer Loading</i> Sebelum <i>Re-estimasi</i>	52
Tabel 15.	<i>Outer Loading</i> Setelah <i>Re-estimasi</i>	53
Tabel 16.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	54
Tabel 17.	Nilai <i>Cross Loading</i>	54
Tabel 18.	Nilai Uji Reliabilitas	55
Tabel 19.	Nilai <i>R-Square</i>	57
Tabel 20.	Nilai <i>Q-Square</i>	57
Tabel 21.	Nilai <i>T Statistic</i> dan <i>P Values</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Top 5 Pengeluaran Gen Z.....	3
Gambar 2.	Penjualan KFC di Indonesia.....	5
Gambar 3.	Kerugian KFC di Indonesia.....	5
Gambar 4.	Model Penelitian.....	25
Gambar 5.	Tahapan Penggunaan SmartPLS.....	34
Gambar 6.	<i>Inner Model</i>	34
Gambar 7.	<i>Outer Model</i>	35
Gambar 8.	Konstruksi Diagram Jalur.....	36
Gambar 9.	Logo KFC.....	40
Gambar 10.	Menu KFC.....	41
Gambar 11.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 12.	Karakteristik Berdasarkan Status.....	43
Gambar 13.	Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	44
Gambar 14.	<i>Outer Model</i>	50
Gambar 15.	Re-estimasi <i>Outer Model</i>	51
Gambar 16.	<i>Inner Model</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 3. *T table*
- Lampiran 4. Menu Lokal KFC
- Lampiran 5. Sosial Media *Instagram* KFC