

RINGKASAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK
GUDANG GARAM**



Disusun Oleh:

Jacobus Meak Bagas Trilaksono Seran

2119 31087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

YOGYAKARTA

JUNI 2024

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

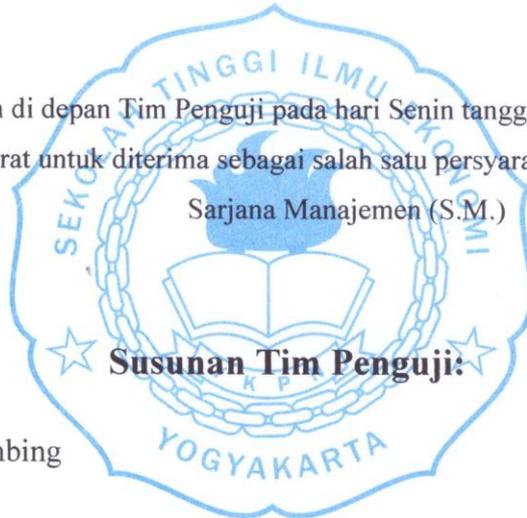
PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM

Dipersiapkan dan disusun oleh:

JACOBUS MEAK BAGAS TRILAKSONO SERAN

Nomor Induk Mahasiswa: 211931087

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 1 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Miswanto, Dr., M.Si

Penguji

Astuti Purnamawati, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 1 Juli 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



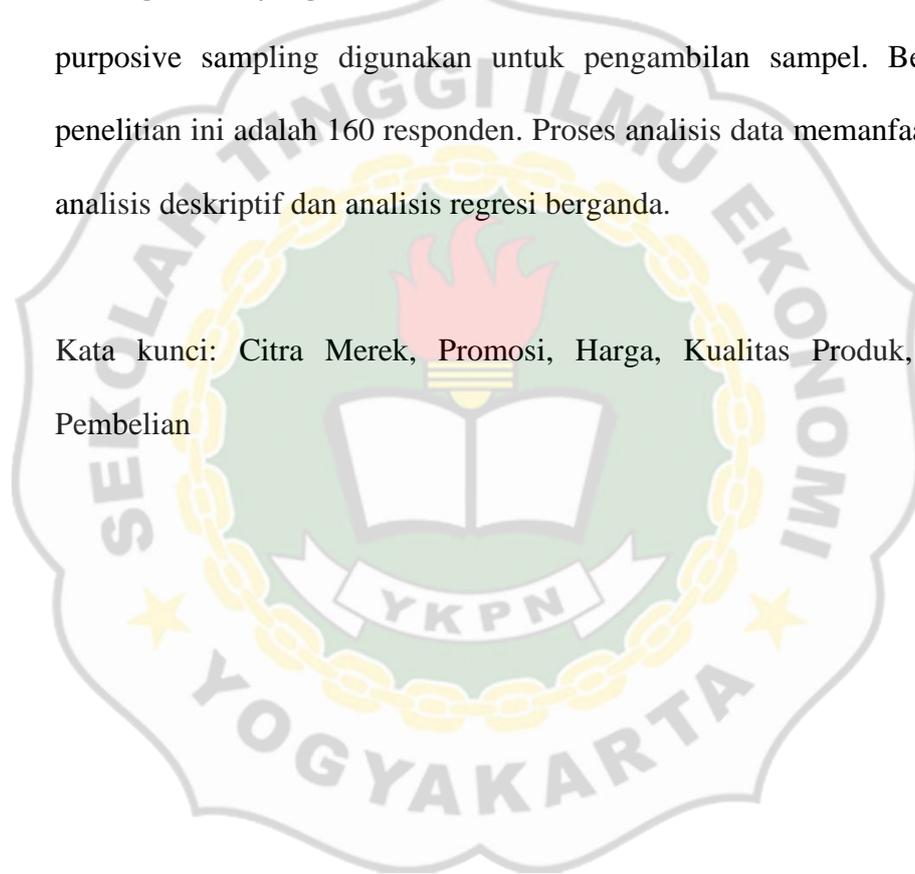
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi pada penelitian ini ialah pengguna rokok Gudang Garam yang berusia 18 tahun ke atas dan/atau 18 tahun ke atas. Metode purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Besar sampel penelitian ini adalah 160 responden. Proses analisis data memanfaatkan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Kata kunci: Citra Merek, Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

RINGKASAN SKRIPSI

“Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam”

A. Pendahuluan

Cara yang umum digunakan untuk menghisap tembakau adalah dengan sebatang rokok. Rokok kini banyak digunakan oleh orang-orang dari segala usia dan latar belakang sosial ekonomi, mulai dari orang dewasa hingga pelajar dan bahkan anak-anak. Pada tahun 2018, produksi rokok meningkat menjadi 332,8 miliar batang, melampaui target yang ditetapkan.

Indonesia kini menduduki peringkat ke-4 sebagai pengguna rokok aktif. Temuan ini berasal dari survei yang dilakukan oleh Global Tobacco Industry Interference Index pada tahun 2023. Tembakau memainkan peran penting dalam perekonomian, menyediakan lapangan kerja, dan merupakan produk penting bagi produsen tembakau dan cengkeh lokal.

Dari perumusan diatas, terdapat peran yang cukup penting dari rokok, dan untuk penggunaannya sendiri juga sudah tersebar ke segala kalangan usia. Maka dari itu penulis tertarik membahas hal ini dalam bentuk skripsi yang berjudul: “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam”.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tambahan mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi suatu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keputusan pembelian. Dan bisa menjadi masukkan untuk perusahaan Gudang Garam sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan penjualan produknya.

B. Landasan Teori

Citra merek adalah gabungan nama, julukan, logo, simbol/tanda, bentuk, motif, gerak atau ciri produk lainnya yang dimaksudkan untuk memberikan ciri khas dan pembeda dari produk serupa. Citra merek yang baik tidak hanya menginformasikan kepada konsumen tentang fitur, keunggulan, dan layanan tertentu, tetapi juga menawarkan jaminan tambahan pada kualitas produk (Tjiptono & Chandra, 2016).

Promosi adalah Informasi produk yang diterima oleh konsumen dengan tujuan memberitahukan kelebihan dan manfaat dari produk tersebut (Hastuti & Anasrulloh, 2020). Promosi juga dapat menjadi bentuk komunikasi dengan tujuan penginformasian mengenai produk, dan meningkatkan keikutsertaan masyarakat terhadap layanan ataupun produk yang diberikan (Arif & Pramestie, 2021).

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan hak untuk menggunakan atau memiliki barang atau jasa yang dibeli (Elliyana E et al., 2022). Harga juga dapat diartikan sebagai biaya pengganti dari manfaat yang telah diberikan produk maupun jasa (Miswanto et al., 2022).

Kualitas produk adalah ciri khas produk dari setiap perusahaan yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut, berdasarkan kualitas yang baik dan dapat memenuhi kepuasan yang diharapkan konsumen (Vivin Tannia & Nyoman Yulianthini, 2021).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keputusan pembelian didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan mereka, dengan mempertimbangkan pendapatan yang diperkirakan, harga yang diinginkan, dan manfaat yang diharapkan dari produk. Ada dua elemen yang dapat mendorong konsumen menentukan keputusan pembelian yaitu pendapat orang lain dan situasi sekitar (Kotler & Susanto, 2000).

C. Metode Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan pendekatan secara kausalitas deskriptif. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh sebab dan akibat yang ditimbulkan antar variabel yang digunakan.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Variabel independen (X) terdiri dari:

- X1 : Citra Merek
- X2 : Promosi
- X3 : Harga
- X4 : Kualitas Produk

Sedangkan untuk variabel dependen (Y) dalam penelitian ini, yaitu: Keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah para pengguna rokok Gudang Garam. Sebagian dari ukuran dan ciri-ciri populasi tercermin dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sampel, dikarenakan beberapa faktor yang tidak memungkinkan, maka dari itu peneliti mengambil beberapa sampel dari populasi yang telah ditentukan. Proses pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang ditentukan yaitu:

1. Konsumen berusia 18 dan/atau 18 tahun keatas
2. Merupakan pengguna rokok aktif

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara umum, dan didapatkan responden sebanyak 160 orang. Pengujian alat instrumen dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap 160 responden, terbukti bahwa semua instrumen tiap variabel memiliki nilai *loading factor* diatas 0.45, dan nilai *Cronbach's alpha* diatas 0.6 sehingga dapat diartikan kuesioner yang digunakan valid, layak, dan sudah tepat untuk digunakan.

Pengujian selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik yang digunakan dengan menggunakan 3 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pada uji normalitas yang menggunakan *Kolmogorov-smirnov* dihasilkan nilai sebesar $0.2 > 0.05$ sehingga disimpulkan data berdistribusi normal.

Pada uji multikolinearitas tiap variabel menghasilkan nilai *tolerance* diatas 0.1 dengan nilai VIF dibawah 10, maka diartikan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model penelitian yang digunakan. Selanjutnya pada uji heteroskedastisitas, digunakan uji glejser yang menghasilkan nilai signifikansi tiap variabel lebih dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan model regresi baik dan ideal.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

D. Analisis Data

Dari data yang telah dikumpulkan, dilakukan pengolahan data dengan Uji Regresi Linear Berganda. Pada hasil uji regresi ditemukan persamaan koefisien regresinya yaitu:

$$Y = 4.091 + 0.004X_1 + 0.241X_2 + 0.186X_3 + 0.574X_4.$$

Setelah mendapat hasil Uji Regresi, kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y) dengan menggunakan Uji T dan Uji F.

- Uji T bertujuan mencari tahu apakah variabel dependen (Y) secara individu dipengaruhi oleh variabel independen (X), hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel berikut:

Variabel Independen	Variabel Dependen	T-hitung	T-tabel	Sig.	Alpha	Hipotesis
X1	Y	0.043	1.975	0.966	0.05	Ha diterima
X2		3.119		0.002		Ho ditolak
X3		5.907		0.000		
X4		2.020		0.045		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- **Uji F** dapat menjelaskan secara simultan pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Variabel Independen	Variabel Dependen	F-hitung	F-tabel	Sig.	Alpha	Hipotesis
X1, X2, X3, X4	Y	62.397	2.43	0.000	0.05	Ha diterima Ho ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

E. Kesimpulan

Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Gudang Garam.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian, terbukti bahwa tidak terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam. Kesimpulan ini ditunjukkan dengan melihat hasil yang didapat yaitu nilai T-hitung $0.043 < T\text{-tabel } 1.975$ dan nilai signifikansinya $0.966 > 0.05$, yang dimana tidak memenuhi kriteria pengujia sehingga membuktikan tidak adanya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Gudang Garam.

Berdasarkan hasil analisis data dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif yang diberikan promosi terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam. Hal ini dibuktikan dengan melihat hasil data yang diuji yaitu nilai T-hitung $3.119 > T\text{-tabel } 1.975$ dan nilai signifikansinya $0.002 < 0.05$, dapat disimpulkan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam.

3. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Gudang Garam.

Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam yang terbukti melalui hasil analisis data. Dari hasil yang didapat dapat membuktikan kesimpulan diatas dengan melihat nilai T-hitung $5.907 > 1.975$ dan signifikansinya $0.000 < 0.05$ yang dimana memenuhi kriteria pengujian.

4. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Gudang Garam.

Hasil analisis data membuktikan adanya pengaruh positif yang dihasilkan antara harga terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T-hitung $2.020 > T\text{-tabel } 1.975$ dan nilai signifikannya $0.045 < 0.05$, maka dari itu disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

F. Daftar Pustaka

- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMAHA. 4(2), p.
- Elliyana E, Lidiana, Agustina T, Sedyoningsih Y, Kadir H, Abdurohim, Imanuddin B, Ardyan E, Yuliani, Marlinah L, Mohdari H, Gazali H, Dwita F, Rachman S, & Bachtiar N. (2022). Dasar-dasar Pemasaran (Vol. 1). www.ahlimediapress.com
- Hastuti, M., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung). 8.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2000). Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (1st ed.). Salemba Empat.
- Miswanto, M., Salsabila, I., & Kusmantini, T. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GERAJ STARBUCKS PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, 30(2), 70–86. <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.444>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality and Satisfaction (4th ed.). CV Andi Offset.
- Vivin Tannia, P., & Nyoman Yulianthini, N. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA MEREK PCX. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(2).