

ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12 MERAH BERDASARKAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK (Studi Pada Warga Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk)

Mohammad Fahrul Anas¹, Ichsannudin², Sigit Ratnanto³

Program Studi Manajemen, FEB, UNP Kediri

Jl. Ahmad Dahlan No 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

mohammadfahrulan74@gmail.com, ichsannudin@unpkediri.ac.id, sigitratnanto@unpkediri.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the partial and simultaneous effect of price, brand image and product quality on the purchasing decision of Gudang Garam Surya 12 Merah cigarettes in Talun Village, Rejoso District, Nganjuk Regency. The data collection method uses a questionnaire and uses a quantitative approach. The sample used was 40 respondents who were taken by incidental sampling, data analysis using classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing with the help of SPSS. The results showed that price, brand image and product quality partially and simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for Gudang Garam Surya 12 Merah cigarettes in Talun Village, Rejoso District, Nganjuk Regency. with a value of 65.3% and the remaining 34.7% influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam Surya 12 Merah di Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 40 responden yang diambil secara insidental sampling, analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam Surya 12 Merah di Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. dengan nilai 65,3% dan sisanya 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords : Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

PENDAHULUAN

Merokok menjadi kebutuhan tambahan yang sulit untuk ditinggalkan bagi kebanyakan orang dalam kehidupannya sehari-hari. Terutama pada waktu setelah bekerja. Fenomena ini bisa kita lihat di berbagai toko atau warung kebanyakan pasti sedia Rokok. Hal ini menjadikan perkembangan bisnis Rokok semakin maju dan membuat kondisi persaingan perusahaan Rokok semakin ketat.

Untuk memenuhi selera konsumen, banyak perusahaan Rokok yang mengeluarkan berbagai jenis pilihan produk. Seperti Gudang Garam yang menawarkan Rokok seperti Surya 12 dan Surya Profesional Mild, dan juga adapun pesaingnya seperti PT. Sampoerna yang mengeluarkan produk seperti Sampoerna Mild. Selain itu ada juga pesaing lainnya yaitu perusahaan Rokok Bentoel International Investama dan juga PT Wismilak mengeluarkan jenis-jenis produk Rokok berkelas lainnya.

Konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian bukan langsung membeli melainkan didahului oleh informasi yang diperoleh baik melalui iklan, radio atau media massa lainnya. Dari berbagai informasi tersebut kemudian konsumen akan melakukan pencarian produk kemudian melakukan evaluasi dan setelah itu

baru melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2012) merupakan kegiatan pengambilan keputusan melakukan pembelian yang diinginkan.

Harga memiliki peran penting bagi konsumen. Karena setiap perusahaan menetapkan harga akan berpengaruh terhadap permintaan produk. Apabila perusahaan menetapkan harga dengan benar maka akan mendapatkan laba yang tinggi tetapi apabila harga yang ditetapkan perusahaan tinggi maka minat beli dari konsumen akan menurun. Penelitian Amilia (2017) membuktikan harga berdampak positif terhadap keputusan pembelian.

Selain harga, perusahaan juga harus memperhatikan citra merek. Konsumen saat memutuskan pembelian produk akan mempertimbangkan citra merek. Karena citra merek selalu diingat konsumen, Terutama citra yang positif. Sesuai dari penelitian Sriwahyuni (2018). Faktor lainnya adalah kualitas produk itu sendiri. Apabila kualitas dari sebuah produk baik maka banyak konsumen yang berminat membeli produk tersebut. Penelitian Aulia (2018) membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

Rokok Surya 12 bagi sebagian masyarakat saat ini menjadi Rokok favorit terutama di salah satu desa di kabupaten nganjuk. Hal ini bisa dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Penjualan Rokok di Toko Desa Talun Kabupaten Nganjuk

Rokok	Toko Barokah/hari	Toko Maju/hari	Toko Dian/hari
Surya 12 Merah	15	13	10
Sampoerna Mild	3	3	1
Djarum 76	4	5	3

Sumber : data primer diolah peneliti

Masyarakat di Desa Talun sebagian besar adalah perokok. Produk Rokok yang di beli sebagian besar adalah Surya 12. meskipun banyak pilihan trend produk lainnya. Seperti Samporna Mild dan Djarum 76 serta mudah didapatkan di toko atau warung terdekat.

Peneliti mengambil masalah harga, citra merek, dan kualitas produk yang ada pada produk Rokok Surya 12. Pemilihan produk ini karena dalam kehidupan sehari hari sebagian besar warga di Desa Talun memilih produk Rokok Surya 12. Dalam hal ini melalui analisis dan kajian yang diantaranya secara parsial Pengaruh harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12 dan secara simultan Harga, citra merek dan kualitas produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12, penelitian yang dilakukan di Desa Talun Rejoso Kab. Nganjuk

METODE

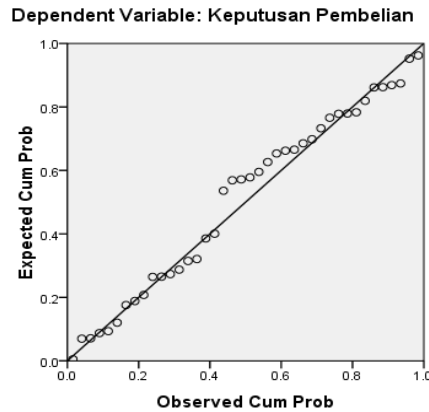
Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan hubungan persial dan simultan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 40 responden yang menggunakan produk Rokok Surya 12 di Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Angket atau kuisisioner dalam bentuk skala likert yang dibagikan kepada responden kemudian responden memberikan checklist pada kolom jawaban dengan skor 1 sampai 5. Menggunakan analisis yang dapat menggunakan software SPSS

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1 dibawah, Hasilnya data menyebar mengikuti garis diagonal maka hasil dari uji ini menunjukkan bahwa data memenuhi syarat asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

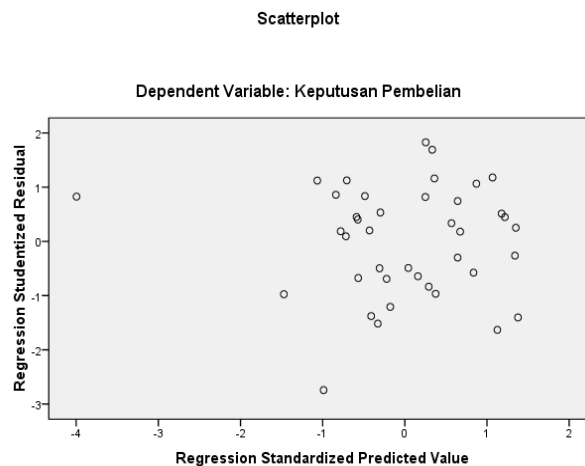
Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 2 dibawah. Hasilnya variabel nilai tolerance diatas 0,1 dan pada nilai VIF pada variabel kurang dari 10. Maka tidak terjadi kasus multikolonieritas antara masing-masing variabel.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	.935	1.070
Citra Merek	.966	1.035
Kualitas Produk	.961	1.041

Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Untuk hasil heteroskedastisitas dilakukan dengan melakukan pengamatan pola *scatter plot*. Hasilnya dalam penelitian ini terlihat tidak memiliki pola yang jelas serta titik-titik menyebar. hal ini berarti model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada Tabel 3 dapat dijumpai Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	9.671	4.059	
Harga	.664	.078	.827
Citra Merek	.429	.084	.329

Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Hasil uji regresi linier berganda diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$Y = 9,671 + 0,664 + 0,429 + 0,263$$

Nilai konstanta = 9,671

Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila tidak ada Price (X1), Brand Image (X2) dan Product Quality (X3), maka nilai keputusan pembelian sebesar 9,671

Nilai b1 = 0.664

Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel Price (X1) akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.664, dengan asumsi bahwa variabel Brand Image (X2) dan Product Quality (X3) dalam kondisi tetap.

Nilai b2 = 0,429

Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel Brand Image (X2) akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,429, dengan asumsi bahwa variabel harga (X1) dan Product Quality (X3) dalam kondisi tetap.

Nilai b3 = 0,263

Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel Product Quality (X3) akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,263, dengan asumsi bahwa variabel Price (X1) dan Brand Image (X2) dalam kondisi tetap.

Pengujian Hipotesis

Uji t berpengaruh secara parsial yaitu Price (X1), brand image (X2) dan Product Quality (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu purchasing decision (Y). Tabel 4 uji t.

Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)

Model	t	Sig.
(Constant)	2.383	.023
Harga	8.487	.000
Citra Merek	4.343	.034
Kualitas Produk	4.644	.027

Sumber: hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa :

Variabel harga memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 maka berdampak positif pada purchasing decision Rokok Surya 12.

Variabel brand image memperoleh nilai signifikan yaitu 0,034 maka berdampak positif pada purchasing decision Rokok Surya 12.

Variabel Product Quality memperoleh nilai signifikan yaitu 0,027 maka berdampak positif pada purchasing decision Rokok Surya 12

Penelitian dilakukan di Desa Talun Kec. Rejoso Kab. Nganjuk

Uji F berpengaruh secara simultan yaitu Price (X1), brand image (X2) dan Product Quality (X3) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu purchasing decision (Y). Tabel 5 uji F.

Tabel 5 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	296.818	3	98.939	25.518	.000 ^a
Residual	139.582	36	3.877		
Total	436.400	39			

Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui diperoleh nilai signifikansi Uji F sebesar 0,000 maka variabel harga, citra merek, dan kualitas produk secara simultan berdampak positif terhadap keputusan pembelian (Y) Rokok Surya 12 di Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk.”

Koefisien Determinasi

Uji determinasi diperlukan demi memperoleh hasil besar prosentase kemampuan. Tabel 6 uji determinasi :

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.653	1.96908

Sumber : hasil olah data menggunakan SPSS Statistic 23

Dapat disimpulkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,653 atau 65,3%. Maka variabel yang diteliti berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian dan 34,7% sisanya variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X1) Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan terjangkau dan sesuai minat konsumen maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amilia (2017).

Citra merek (X2) Hal ini menunjukkan bahwa citra merek merupakan faktor yang penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Apabila perusahaan sudah memiliki citra yang positif maka mudah bagi perusahaan untuk mendorong konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sriwahyuni (2018).

Kualitas produk (X3) Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik kualitas dari produk yang dirasakan konsumen maka konsumen akan percaya terhadap produk tersebut, sehingga akan melakukan pembelian ulang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Aulia (2018).

Sedangkan dari hasil uji yang dilakukan secara simultan bisa dinyatakan bahwa harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) 0,653 atau 65,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kualitas produk mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 65,3%.

KESIMPULAN

Penelitian di atas dapat diartikan sebagai berikut: 1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12; 2) citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12; 3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12; 4) harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Rokok Surya 12. Penelitian ini berlokasi di Desa Talun, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Jadi untuk variabel ini jika dinaikkan lagi akan berdampak pada keputusan pembelian di tempat tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- [2] Anggrahita Satriyo W. (2017). Pengaruh Relationship Marketing, Customer Value dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Kota Malang. *Jurnal Manajemen BisnisManajemen Bisnis*, 115–123.
- [3] Arifian Yoga. (2016). *Pengaruh Harga , Citra Merek , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Professional Mild (Surya Pro Mild) Di Wilayah Desa Ngronggo Kota Kediri*.
- [4] Aulia, D. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*

Sepatu Casual Merek Converse Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara. 2008, 1–116.

- [5] Kotler & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1.* (pp. 1–27). Pearson Education Limited.
- [6] Kurniawan Eri. (2015). *Pengaruh Harga, Lebel dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rokok A Mild Di Surabaya.*
- [7] Riani, L. P. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sampoerna A Mild di Kota Kediri.* 01(10).
- [8] Sitta, D., & Sari, K. (2017). *Pengaruh promosi, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Rokok gudang garam di surakarta.* 6–13.
- [9] Sriwahyuni, A. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang.* 94.