

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA GUDANG GARAM  
DI KECAMATAN KERTOSONO**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**Nikolas Brian Krisnandi**

**22012010423/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAWA TIMUR**

**2026**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA GUDANG GARAM  
DI KECAMATAN KERTOSONO**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**NIKOLAS BRIAN KRISNANDI**

**22012010423/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2026**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA GUDANG GARAM  
DI KECAMATAN KERTOSONO**

Disusun Oleh :

**NIKOLAS BRIAN KRISNANDI**

**22012010423/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: 06 Juli 2026**

**Dosen Pembimbing**

**Tim Penguji Ketua**

**Drs. Ec. Supriyono, SE.MM**

**NIP. 196106261988031001**

**Dra.Ec. Nurianti Takarini, M.Si.**

**NIP. 196508141991032001**

**Anggota**

**Dr. Hesty Prima Rini, S.E., M.M.**

**NIP. 198410132019032010**

**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 di bawah ini:

Nama : Nikolas Brian Krisnandi

NPM : 22012010423

Program : Sarjana (S1) Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 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, 2<sup>1</sup> Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Nikolas Brian Krisnandi

NPM. 22012010423

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Gudang Garam.” Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih 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 Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta

masukannya yang sangat berarti dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengetahuan, wawasan, serta pengalaman akademik yang bermanfaat selama penulis menempuh masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, perhatian, serta dukungan moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh sahabat, teman perkuliahan, dan teman sekolah penulis yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah turut memberikan bantuan, dukungan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi penulis maupun pihak-pihak terkait.

Surabaya, 09 Januari 2026

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.2.2 Persepsi Harga.....	15
2.2.3 Kualitas Produk .....	19
2.2.4 Citra Merek.....	21
2.2.5 Keputusan Pembelian .....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.4 Kerangka Konseptual .....	34
2.5 Hipotesis.....	34
<b>BAB III</b> .....	<b>35</b>

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	35
3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	40
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	41
3.2.1 Populasi .....	41
3.2.2 Sampel .....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	45
3.4.1 Uji Validitas.....	45
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	46
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	46
3.5.2 Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	47
3.5.3 Langkah-langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	48
3.5.4 Asumsi <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	49
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	51
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	51
4.2.2 Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Harga (X1) .....	55
4.2.3 Deskripsi Indikator Variabel Kualitas Produk (X2) .....	58
4.2.4 Deskripsi Indikator Variabel Citra Merek (X3).....	61
4.2.5 Deskripsi Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	64
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	66
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model) .....	66
4.3.2 Analisis Model PLS.....	73
4.3.3 Analisis Model Struktural (Inner Model) .....	74
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	75

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	79
<b>BAB V.....</b>	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4. 1 Model PLS Penelitian.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Bersih Per Tahun (2021-2025) .....	3
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	41
Tabel 4. 1 Usia Responden .....	52
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4. 3 Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Harga (X1) .....	55
Tabel 4. 4 Deskripsi Indikator Variabel Kualitas Produk (X2).....	58
Tabel 4. 5 Deskripsi Indikator Variabel Citra Merek (X3) .....	61
Tabel 4. 6 Deskripsi Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	64
Tabel 4. 7 Outer loading .....	67
Tabel 4. 8 Cross Loading.....	69
Tabel 4. 9 Nilai AVE .....	70
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite reliability .....	71
Tabel 4. 11 Latent Variables Correlations .....	72
Tabel 4. 12 R Square .....	74
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis .....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	96
Lampiran 3 Deskriptif Data Jawaban Responden .....	101
Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS.....	106

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA  
GUDANG GARAM DI KECAMATAN KERTOSONO**

**Oleh:**

**Nikolas Brian Krisnandi**

**22012010423/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Surya Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan industri rokok, kenaikan tarif cukai hasil tembakau, serta penurunan pendapatan bersih PT Gudang Garam yang mengindikasikan perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 152 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel penelitian terdiri dari persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek sebagai variabel independen serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok Surya Gudang Garam di Kecamatan Kertosono. Kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, dan memperkuat citra merek untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:** Persepsi Harga; Kualitas Produk; Citra Merek; Keputusan Pembelian.