

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK  
NALAMI**



**SKRIPSI**

**“Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**

**Nama : Wahyu Susanto**

**NIM : 16414054**

**Program Studi : Manajemen Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK  
NALAMI**



**SKRIPSI**

**“Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**

**Nama : Wahyu Susanto**

**NIM : 16414054**

**Program Studi : Manajemen Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image  
Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Nalami.  
Nama : Wahyu Susanto  
NIM : 16414054  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 Maret 1987  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo 21 Juli 2021

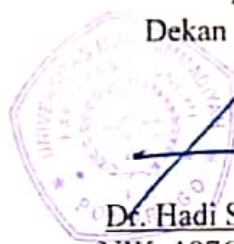
Pembimbing I

Titi Rapih, SE.,MM  
NIDN. 0005056301

Pembimbing II

Sri Hartono, SE.,MM  
NIDN. 0730127002

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Penguji :

(Titi Rapih, SE.,MM)  
NIDN. 0005056301

(Adi Santoso, SE.,MM)  
NIDN. 0727118803

(Edi Santoso, SE.,MM)  
NIDN. 0711037401

## MOTTO

*“Karena Sesungguhnya didalam setiap kesulitan itu ada kemudahan”  
(Q.S. Al Insyirah : 5-6)*

*“Cukuplah Allah menjadi penolong bagi kami dan Dia sebaik-baik Pelindung”  
(Q.S. Ali Imran : 173)*

*“Berjuang Pantang Menyerah”  
(Penulis)*



## PERSEMBAHAN

Mengharapkan ridhlo Allah SWT di bawah anugrah dan rahmat-NYA serta dengan curahan cinta kasih sayang, maka skripsi ini dipersembahkan Kepada :

1. Kepada Ibu Retno Indrati yang telah merestui saya untuk melanjutkan Pendidikan Sarjana ini.
2. Kepada Istri saya Titin Indrayani dan putri kecilku Delisha Putri Paramaditha Kalian semua adalah alasan dari setiap semangat ayah.



## Ringkasan

Produsen rokok Nalami mengalami penurunan penjualan yang disebabkan menurunnya keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan rokok Nalami. Penurunan tersebut diduga terjadi akibat kualitas rokok nalami yang dinilai oleh konsumen kalah dengan kualitas rokok yang ditawarkan oleh kompetitornya selain itu merek rokok nalami dinilai tidak dikenal sehingga tidak cocok untuk di konsumsi saat berkumpul dengan orang lain. Oleh sebab itulah peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui apakah penurunan penjualan tersebut,peneliti ingin mengetahui apakah harga,kualitas produk,dan brand image secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Nalami. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Rokok Nalami di Ponorogo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang dipilih untuk dijadikan sampel. Tujuan penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh Harga, kualitas produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga,kualitas produk dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PR. Berkah Nalami. Artinya semakin tinggi nilai harga,kualitas produk dan brand image maka keputusan pembelian akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap tidak berubah.

Kata kunci : Produsen rokok nalami,harga,kualitas produk,brand image.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan izin dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Nalami.

Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. H. Happy Susanto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, SE MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Titi Rapini, SE, MM., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam memberikan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.
5. Sri Hartono, SE, MM., selaku pembimbing II yang telah mengarahkan penulis.
6. Orang Tuaku dan keluarga tercinta, yang selalu mengiringi langkahku dengan do'a dan semangat yang tak pernah pupus.
7. Untuk teman, sahabat dan kerabat dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah turut bersusah payah dalam memberikan bantuan, terimakasih untuk do'anya. Tanpa do'a kalian aku tidak mungkin akan seperti ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 27 Juni 2021  
Penulis

Wahyu Susanto

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya penulis sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Juni 2021

Penulis



Wahyu Susanto



## Daftar Isi

Halaman sampul.....	i
Halaman pengesahan.....	ii
Moto.....	iii
Persembahan.....	iv
Ringkasan.....	v
Kata pengantar.....	vi
Kode Etik Penelitian.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Lampiran.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka	
a. Manajemen Pemasaran.....	8
b. Bauran Pemasaran.....	9
c. Perilaku konsumen.....	13
d. Harga.....	19
e. Kualitas Produk.....	25
f. Brand Image.....	28
B. Penelitian terdahulu.....	37
C. Kerangka Berfikir.....	39
D. Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian	
a. Ruang lingkup.....	40
b. Populasi dan sampel.....	40
B. Definisi Operasional Variabel	
a. Variabel Dependen.....	41
b. Variabel Independen.....	42
C. Jenis Data Penelitian	
a. Data Primer.....	44
b. Data Sekunder.....	45
D. Metode Analisis Data	
a. Uji Instrumen, Validitas, Reabilitas.....	45
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
c. Uji Determinasi.....	48
d. Uji Hipotesis.....	49

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Objek Penelitian	
a. Sejarah Rokok Nalami .....	52
b. Struktur Organisasi .....	56
B. Karakteristik Responden	
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
b. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
c. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	58
d. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	59
C. Tanggapan Responden	
a. Variabel Harga .....	59
b. Variabel Kualitas Produk .....	60
c. Variabel Brand Image .....	61
d. Variabel Keputusan Pembelian .....	62
e. Rata-rata Variabel.....	63
D. Uji instrumen	
a. Uji validitas .....	63
b. uji reabilitas.....	65
E. Uji Linier Berganda.....	66
F. Koefisien Determinasi.....	68
G. Uji Hipotesis	
a. uji T .....	69
b. uji F .....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN	

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisiner .....	93
Lampiran 2 SPSS .....	97



