

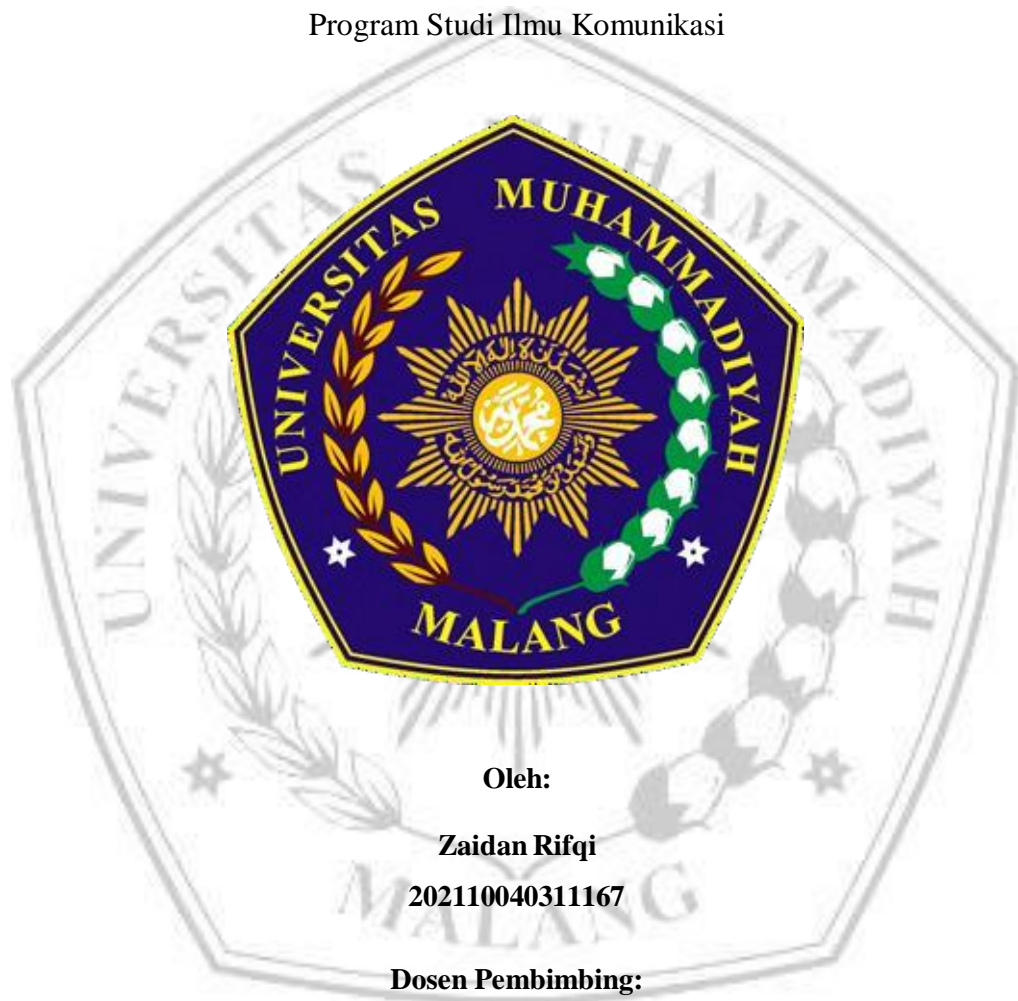
202110040311167
Zaidan Rifqi
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENGARUH BRAND IMAGE ROKOK SUKUN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRIA DI DESA
GONDANGMANIS KABUPATEN KUDUS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Zaidan Rifqi

202110040311167

Dosen Pembimbing:

Himawan Sutanto S.Sos M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

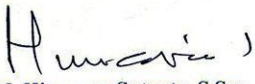
**PENGARUH BRAND IMAGE ROKOK SUKUN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRIA DI DESA GONDANGMANIS KABUPATEN
KUDUS**

Diajukan Oleh :

Zaidan Rifqi
202110040311167

Telah disetujui
Rabu / 8 April 2026

Pembimbing I


M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

Zaidan Rifqi
202110040311167

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS


Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 8 April 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom. ()
3. M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/III/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Zaidan Rifqi
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311167
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 561 282 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 168 Malang Jawa Timur
P. +62 341 561 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 740 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 210 (Hunting)
F. +62 341 460 433
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

(* Coret yang tidak perlu



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/III/2026



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Zaidan Rifqi
NIM : 202110040311167
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 10 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 4 Maret 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 267 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 130 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Togoman No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 460 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Zaidan Rifqi
NIM : 202110040311167
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus

Disetujui,
Pembimbing

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Baniwang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 951 253 (Hunting)
F. +62 341 460 332

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 951 139 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 415
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Zaidan Rifqi
NIM : 202110040311167
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Maret 2026

Yang Menyatakan,



Zaidan Rifqi



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
t: +62 341 561 482 (Hunting)
f: +62 341 562 435

Kampus II
Jl. Bendjeng Sultan No. 188 Malang Jawa Timur
t: +62 341 561 139 (Hunting)
f: +62 341 562 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang Jawa Timur
t: +62 341 466 219 (Hunting)
f: +62 341 463 435
e: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG



PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/~~TESIS~~/DISERTASI DENGAN JUDUL

PENGARUH BRAND IMAGE ROKOK SUKUN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DEWASA PRIA DI KABUPATEN KUDUS

Oleh:

Nama : Zaidan Rifqi

NIM : 202110040311167

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Maret 2026

Pembimbing I/Promotor

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si

NIP. 10303090397



Kampus I
Jl. Ransung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 166 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Zaidan Rifqi

NIM : 20211004031107

Hasil Plagiasi : $\frac{10}{3}$ $\frac{11}{3}$

BAB I	23	15		
BAB II	18			
BAB III	28	20		

$\frac{10}{3}$ $\frac{11}{3}$

BAB IV	12			
BAB V	17			
BAB VI				



Malang, 11 Maret 2024
PROGRAM STUDI,
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Zaidan Rifqi
2. NIM : 202110040311167
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus
6. Pembimbing : Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
04/03/24	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
25/03/24	Acc judul penelitian : Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus	
18/05/24	Konsultasi Bab I, II, III	
4/07/24	Seminar Proposal Bab I,II,III	
29/10/25	Acc untuk melakukan produksi	
22/11/25	Konsultasi Bab IV, V	
26/12/25	Acc untuk Seminar Hasil	
13/01/26	Seminar Hasil	

Malang, 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si



Kampus I
Jl. Burdjarso I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 252 (Hunting)
F. +62 341 466 436

Kampus II
Jl. Bendungan Selatan/No 148 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tanggomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 464 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 13 Januari 2026
Pukul 10.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Zaidan Rifqi
NIM	202110040311167
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Brand Image Rokok Sukun terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kabupaten Kudus
Pembimbing	Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si
Dosen Penguji 1	Arum Mustikasari, M.Med.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform Zoom Meeting*

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 25 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Malang, 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si

Arum Mustikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I

Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 251 252 (Handing)
F. +62 341 860 436

Kampus II

Jl. Bunderguni Sukam No. 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Handing)
F. +62 341 582 007

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Handing)
F. +62 341 460 435
E. info@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Thoriq Kamal	202110040311245	Ilmu Komunikasi
2.	Dimas Pratama Jayaputra	202110040311189	Ilmu Komunikasi
3.	Rafif Gibran	202110040311193	Ilmu Komunikasi
4.	Robby Satria Siregar	202110040311170	Ilmu Komunikasi
5.	Toriq Hudzaifah Tasyrif	202110040311304	Ilmu Komunikasi
6.	Raffi Muri Al Rizky	202110040311310	Ilmu Komunikasi
7.	Alfian Firdaus Alamsyah	202110040311168	Ilmu Komunikasi
8.	Samsul Hidayat	202110040311213	Ilmu Komunikasi
9.	Khresna Adzan Trianto	202110040311192	Ilmu Komunikasi
10.	Muhammad Rizki Tegar P	202110040111183	Ilmu Komunikasi
11.	Rayyan Pilardy	202110040311192	Ilmu Komunikasi
12.	Ryan Adi Wijaya	202110403111211	Ilmu Komunikasi
13.	Zaidan Yusuf Marsha	202110040311190	Ilmu Komunikasi
14.	Dimas Rayditya Pramana	202110040311216	Ilmu Komunikasi
15.	Fikri Maulana Abidin	202110040311169	Ilmu Komunikasi

Malang, 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si



Kampus I
Jl. Garudiro 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 465 436

Kampus II
Jl. Honegung Satrio No. 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No. 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Zaidan Rifqi. NIM. 202110040311167. Pengaruh Brand Image Rokok Sukun Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pria di Desa Gondangmanis Kabupaten Kudus. Skripsi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya *brand image* dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di tengah persaingan industri rokok dan perubahan perilaku konsumen akibat tren rokok elektrik. PT Sukun Wartono Indonesia sebagai produsen rokok konvensional berupaya mempertahankan citra merek berbasis tradisi dan identitas lokal di Kabupaten Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *brand image* Rokok Sukun terhadap keputusan pembelian konsumen pria di Desa Gondangmanis Kabupaten Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan konsumen pria di Desa Gondangmanis Kabupaten Kudus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* Rokok Sukun memiliki persepsi yang positif yang tercermin melalui tiga dimensi utama, yaitu citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk, yang secara simultan membentuk keterikatan emosional dan keyakinan konsumen terhadap merek. Analisis statistik menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai R Square sebesar 0,786, nilai t hitung 19.000 > t tabel 1,984, signifikansi < 0,001, serta koefisien beta 0,887, yang berarti 78,6% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel *brand image*. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan citra perusahaan, kesesuaian citra pemakai dengan identitas konsumen, serta kualitas produk yang konsisten menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan pembelian hingga pembelian ulang pada konsumen pria di Desa Gondangmanis Kabupaten Kudus.

Kata Kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian.

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Himawan Sutanto, S. Sos M.Si

Malang, 05 Maret 2026

Peneliti



Zaidan Rifqi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Taala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta memberikan kekuatan, kemampuan dan kemauan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image Rokok Sukun Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pria di Desa Gondangmanis Kabupaten Kudus”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. Fauziq Lendriyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Himawan Soetanto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan serta dukungannya kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Program S1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Seluruh informan dan narasumber yang bersedia membantu saya dengan lapang dada dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya dalam penelitian.
8. Kedua Orang Tua, Mama dan Ayah yang tidak henti hentinya memberikan doa, selalu memberikan kasih sayang, dukungan, serta membimbing dan membiayai hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berkenan memberikan segala bantuannya. Semoga segala kebaikan yang

202110040311167
Zaidan Rifqi
Prodi Ilmu Komunikasi

dilakukan senantiasa diberikan balasan oleh Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi bagi pihak yang membutuhkan, khususnya dalam pengembangan Ilmu Komunikasi Pemasaran. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis membuka diri untuk kritik dan saran yang membangun.

Malang, 12 Maret 2026

Penulis,

Zaidan Rifqi



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	7
2.1.1.1 Faktor-faktor yang membentuk Citra Merek.....	10
2.1.1.2 Dimensi Utama Citra Merek.....	11
2.1.1.3 Aspek Pengukur Citra Merek	13
2.1.2 Teori Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
2.1.2.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.2 Kerangka Konseptual	20
2.3 Hipotesis	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Variabel dan Definisi Operasional	26

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.5 Objek Penelitian.....	31
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.10 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Brand Image Rokok Sukun (Variabel X).....	40
4.2 Deskripsi Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y).....	41
4.3 Pengaruh Brand Image Rokok Sukun Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dewasa Pria di Kab. Kudus.....	41
4.4 Profil Responden.....	42
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.5.1 Uji Validitas.....	45
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.6 Analisis Deskriptif Variabel.....	48
4.6.1 Variabel X (Brand Image).....	49
4.6.2 Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	55
4.7 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	61
4.7.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.7.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	66
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	67
4.7.4 Uji Hipotesis.....	68
4.8 Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional, Indikator, dan Ukuran Variabel	26
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 4 Profil Responden berdasarkan Frekuensi Merokok dalam sehari	44
Tabel 4. 5 Uji Validitas	45
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel.....	49
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Citra Perusahaan.....	50
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Citra Pemakai.....	51
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Citra Produk.....	53
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Pengenalan Kebutuhan	55
Tabel 4. 12 Jawaban Responden Pencarian Informasi	56
Tabel 4. 13 Jawaban Responden Evaluasi Alternatif	58
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Perilaku Pasca Pembelian	60
Tabel 4. 16 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	62
Tabel 4. 17 ANOVA.....	66
Tabel 4. 18 Uji Regresi	66
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4. 20 Uji T.....	69
Tabel 4. 21 Uji F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data SUSPENAS: Rata-rata Pengeluaran Penduduk Indonesia per Provinsi.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4. 1 Histogram Dependent Variabel Keputusan Pembelian	62
Gambar 4. 2 P-plot Dependent Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Gambar 4. 3 Scatterplot Dependent Variabel Keputusan Pembelian.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuisisioner	83
Lampiran 2 Uji Kualitas Data.....	86
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 4 Tabel R	92
Lampiran 5 Tabel T.....	93
Lampiran 6 Tabel F.....	94



DAFTAR PUSTAKA

- Agnestasya, A., Riyanto, B., & Itasari, A. A. (2025). Pengaruh brand image, iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina (pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Solidaritas*, 8(2).
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/11512>
- Airina, L. (2022). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
<http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Bloom, N., & Van Reenen, J. (2020). Tinjauan pustaka kualitas produk dan keputusan pembelian. *NBER Working Papers*, 89.
<http://www.nber.org/papers/w16019>
- Bramandia, S. H. (2019). *Gaya hidup pengguna rokok elektrik (personal vaporizer): Studi kasus komunitas rokok elektrik Asmodus Indonesia* [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49349/1/SITI%20HABIBAH%20BRAMANDIA.FISIP.pdf>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2017). *Kajian rokok elektronik di Indonesia* (Edisi ke-2).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. (n.d.). *Jenis kelamin*. Pemerintah Desa Gondangmanis. 2026. <https://desa-gondangmanis.kuduskab.go.id/data-statistik/jenis-kelamin>
- Farouk, O. E. E., Tantawi, P., Ragheb, M. A., & Ragab, A. (2025). Impact of social media marketing activities on customer-based brand equity with mediation role of e-brand experience: Applied study on international programs in the Egyptian private universities. *Arab Administrative Journal*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.21608/aja.2025.351935.1775>
- Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). Dimensi brand image untuk memprediksi brand love dan brand loyalty. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 1005. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9884>
- Hasanah, S., Habibi, A., & Nurmalia, G. (2025). Pengaruh atribut produk, variety seeking, dan kualitas produk terhadap brand switching pada pengguna smartphone Android yang beralih ke iPhone dalam perspektif manajemen pemasaran syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1).
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada e-commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 443–472.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Prentice Hall.

202110040311167
Zaidan Rifqi
Prodi Ilmu Komunikasi

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Erlangga.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (E-book). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Nirmalasari, N. C., & Winata, M. D. (2025). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk hijab Buttons scarves. *The Commmercium*, 9(3), 214–226. <https://doi.org/10.26740/tc.v9i3.69923>
- Putri, D. E., et al. (2021). *Brand marketing* (Cetakan ke-1). Widiana Bhakti Persada.
- Rahmawati, L., Rakhmadian, M., & Prasetyo, N. E. (2025). Analisis produk VUSE (rokok elektrik) pada PT Bentoel Group/BAT Indonesia sebagai alternatif pengganti rokok konvensional. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(1), 335–351. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i1.1460>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryanti, D. P., Pranata, I. G., & Firmansyah, A. M. (2025). Analisis keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(1).
- Taufik, A. (2025). Pengaruh atribut produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian (studi kasus pengguna iPhone di Kota Gorontalo). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2).
- Widyana, S. F., & Simangunsong, R. (2021). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan (studi pada Teh Pucuk Harum). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 11(2), 1–11.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan pembelian konsumen*. Alung Cipta. <https://publisher.alungcipta.com/books/keputusan-pembelian-konsumen/>