

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SAMPOERNA MILD:
STUDI MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

Fadil Deni Irawan¹, Wina Driyan Pradana²

INTISARI

Latar Belakang: Perilaku merokok di kalangan mahasiswa merupakan fenomena sosial yang terus meningkat, termasuk di Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda sering kali berada dalam fase pencarian jati diri yang mendorong mereka untuk mencoba berbagai hal, termasuk merokok. Meskipun produk rokok seperti Sampoerna Mild telah memiliki strategi pemasaran yang kuat, keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, melainkan juga oleh faktor psikologis dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian rokok Sampoerna Mild.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna mild: studi mahasiswa di Yogyakarta.

Metode Penelitian: Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 206 responden yang didapat melalui google form dan dianalisis menggunakan IBM SPSS 26.

Hasil: (1) Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna mild pada mahasiswa di Yogyakarta (2) Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna mild pada mahasiswa di Yogyakarta (3) Kelompok Referensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna mild pada mahasiswa di Yogyakarta.

Kesimpulan: Ditemukan adanya pengaruh secara parsial dan simultan dari semua variabel independen terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna mild: studi mahasiswa di Yogyakarta.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian

¹Fadil Deni Irawan Universitas Jendral Achmad Yani Yogyakarta

²Wina Driyan Pradana Universitas Jendral Achmad Yani Yogyakarta

**THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND REFERENCE GROUP ON
THE PURCHASE DECISION OF SAMPOERNA MILD CIGARETTES: A
STUDY OF STUDENTS IN YOGYAKARTA**

Fadil Deni Irawan¹, Wina Driyan Pradana²

ABSTRACT

Background: Smoking behavior among college students is a growing social phenomenon, including in Yogyakarta, known as a student city. College students, as part of the younger generation, are often in a phase of self-discovery, which encourages them to try various things, including smoking. Although cigarette products such as Sampoerna Mild have strong marketing strategies, consumer purchasing decisions are not only determined by product quality, but also by psychological and social factors. This study aims to analyze the influence of price, brand image, and reference groups on purchasing decisions for Sampoerna Mild cigarettes.

Research Objective: This study aims to determine the influence of price, brand image, and reference groups on purchasing decisions for Sampoerna Mild cigarettes: a study of students in Yogyakarta.

Research Method: This type of research is quantitative with a purposive sampling method and a sample size of 206 respondents obtained through Google Form and analyzed using IBM SPSS 26.

Results: (1) Price has a positive and significant influence on the decision to purchase Sampoerna Mild cigarettes among students in Yogyakarta (2) Brand Image has a positive and significant influence on the decision to purchase Sampoerna Mild cigarettes among students in Yogyakarta (3) Reference Group has a positive and significant influence on the decision to purchase Sampoerna Mild cigarettes among students in Yogyakarta.

Conclusion: It was found that there was a partial and simultaneous influence of all independent variables on the purchasing decision of Sampoerna Mild cigarettes: a study of students in Yogyakarta.

Keywords: Price, Brand Image, Reference Group, Purchase Decision

¹Fadil Deni Irawan at Jendral Achmad Yani University of Yogyakarta

²Wina Driyan Pradana at Jendral Achmad Yani University of Yogyakarta