

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA
(Study Kasus Pada Pelanggan di Desa Bondoyudo Kecamatan
Sukodono Kabupaten Lumajang)**

ABSTRAK

Industri tembakau di Indonesia, terutama merek Rokok Surya, ialah sektor yang menarik untuk diinvestigasi karena dampaknya yang besar terhadap perilaku pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, strategi promosi, serta tingkat kesadaran merek terhadap preferensi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian produk rokok merek surya. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sebanyak 80 responden. Populasi yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi warga Desa Bondoyudo, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Lumajang, menggunakan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji t, ditemukan bahwasanya citra merek memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian rokok surya, sedangkan promosi dan kesadaran merek tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Perusahaan rokok Surya perlu terus berinvestasi dalam membangun dan mempertahankan citra merek yang positif di benak konsumen. Citra merek yang kuat dapat menjadi pembeda utama di pasar yang kompetitif. Fokus pada elemen-elemen yang membentuk citra merek, seperti logo, desain kemasan, karakter merek yang unik, dan manfaat yang ditawarkan, sangat penting.

Kata kunci: Citra Merek, Iklan, *Brand awareness*, dan Keputusan Pembelian

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA
(Study Kasus Pada Pelanggan di Desa Bondoyudo Kecamatan
Sukodono Kabupaten Lumajang)**

ABSTRACT

The tobacco industry in Indonesia, especially the Solar Cigarette brand, is an interesting sector to investigate because of its great impact on customer behavior. This study aims to analyze the effect of brand image, promotional strategies, and the level of brand awareness on customer preferences in making purchasing decisions for solar brand cigarette products. The approach applied in this research is quantitative. Data collection was carried out through distributing questionnaires to 80 respondents. The population analyzed in this study included residents of Bondoyudo Village, Sukodono District, Lumajang Regency, using purposive sampling techniques. In this study, hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis methods. Based on the results of the t test, it was found that brand image has a significant influence on purchasing decisions for solar cigarettes, while promotion and brand awareness do not show a significant effect. The Surya cigarette company needs to continue to invest in building and maintaining a positive brand image in the minds of consumers. A strong brand image can be a key differentiator in a competitive market. Focusing on the elements that make up the brand image, such as the logo, packaging design, unique brand character, and benefits offered, is essential.

Keywords: Brand Image, Advertising, Brand awareness, and Purchasing Decisions