

Prima Noviyanto NIM.07.03.2.1.1.00019. Analisis Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Perokok Di Universitas Trunojoyo Madura. Dibawah bimbingan Slamet Widodo, SP.,MSi dan Taufik Rizal Dwi AN, SP.,MM.

ABSTRAK

Perilaku konsumen adalah suatu proses keputusan sebelum pembelian yang meliputi tindakan dalam memperoleh, memakai, mengonsumsi dan menghabiskan produk. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen yang mengonsumsi rokok dan menganalisis perilaku konsumen pada mahasiswa perokok. Penelitian dilakukan di Universitas Trunojoyo Madura. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling, dengan responden sebanyak 60 orang, Sedangkan Metode analisis data yang dipergunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen rokok mulai merokok pada usia antara 15 – 17 tahun yang dipengaruhi dari lingkungan teman dan besar konsumsi rokok berkisar antara 100.000 – 300.000 dengan menghabiskan rokok antara 10 – 20 batang rokok/hari yang dibeli dari uang kiriman antara >300.00 – 600.000. Sedangkan atribut yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli rokok adalah atribut rasa.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Rokok.

Prima Noviyanto NIM.07.03.2.1.1.00019. *Analysis of Consumer Behavior In Smokers At the University Students Trunojoyo Madura. Under the guidance of Slamet Widodo, SP.,M.Si and Taufik Rizal Dwi AN, SP.,MM.*

ABSTRACT

The consumer behavior is a decision process before purchasing that includes acts of obtaining, using, consuming and using up the product. In this regard, this study aims to describe the characteristics of consumers who consume cigarettes and analyze consumer behavior in university student smoker. The study was conducted at the University Trunojoyo Madura. Method of sampling is performed by using accidental sampling technique, with the respondents as many as 60 people, While the data analysis method used is Descriptive Qualitative Analysis. The results showed that most consumers of cigarettes began smoking among the ages of 15-17 years who are affected from the environment of friends and cigarette consumption ranged from 100.000-300.000 that used up smoking among 10-20 cigarettes/day were purchased from the shipnent money among >300.00 – 600.000. Whereas the attribute that influence consumer decisions to buy cigarettes is the flavor attribute.

Keywords: *Consumer Behavior, Cigarette.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Industri Rokok (<i>Cigarette</i>)	6
2.2. Perilaku Konsumsi Rokok.....	9
2.3. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	10
2.4. Atribut Rokok.....	11
2.4.1. Kualitas Produk	11
2.4.2. Fitur Produk.....	12
2.4.3. Desain Produk	12
2.5. Perilaku Konsumen	13
2.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.5.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.6. Keputusan Pembelian	17

2.6.1. Definisi Pengambilan Keputusan.....	17
2.6.2. Pengambilan Keputusan.....	18
2.7. Penelitian Terdahulu.....	19
2.8. Kerangka Berpikir	20
III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Penentuan Lokasi	23
3.2. Metode Penentuan Sampel	23
3.3. Jenis Dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.4. Metode Analisis Data	25
3.4.1. Analisis Deskriptif Kualitatif	25
3.5. Definisi Operasional.....	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	27
4.2. Karakteristik Responden	27
4.2.1. Asal Fakultas	28
4.2.2. Sebaran Usia.....	29
4.2.3. Alasan Mahasiswa Merokok	30
4.2.4 Tempat Membeli Rokok.....	31
4.2.5. Pengaruh Iklan/Promosi Rokok	32
4.2.6. Kebijakan Pemerintah Dalam Pembatasan Rokok.....	33
4.2.7. Uang Kiriman	34
4.3. Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Perokok	35
4.3.1. Usia Awal Merokok	36
4.3.2. Lingkungan Pengaruh Merokok.....	37
4.3.3. Besaran Konsumsi	37
4.3.4. Atribut Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen..	39
4.3.4.1. Atribut Rasa	39
4.3.4.2. Atribut Harga	40
4.3.4.3. Atribut Ketersediaan	41
4.3.4.4. Atribut Kemasan	42
4.3.4.5. Atribut Iklan/Promosi	43

V. PENUTUP	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1	Perkembangan Konsumsi Tembakau dan Rokok di Indonesia Tahun 1987-2008	2
2	Karakteristik Responden Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Asal Fakultas	28
3	Karakteristik Responden Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Usia	29
4	Karakteristik Responden Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Uang Kiriman	34
5	Perilaku Konsumen Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Usia Awal Merokok	36
6	Perilaku Konsumen Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Asal Pengaruh Merokok	37
7	Perilaku Konsumen Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Besaran Konsumsi	37
8	Besaran Konsumsi Rokok (Batang/Hari) pada Mahasiswa Perokok di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012	38
9	Atribut Produk Rokok Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Rasa	39
10	Atribut Produk Rokok Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Harga	40
11	Atribut Produk Rokok Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Ketersediaan	41
12	Atribut Produk Rokok Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Kemasan	42

13	Atribut Produk Rokok Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2012 Berdasarkan Iklan/Promosi	43
14	Jumlah Skor Yang Diperoleh Dari Masing-masing Atribut Rokok Yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rokok	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1	Perbandingan Pasar Rokok	6
2	Pangsa Pasar Rokok Berdasarkan Jenis	7
3	Pangsa Pasar Rokok Berdasarkan Produsen Utama	8
4	Kerangka Berpikir	21
5	Alasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Merokok	30
6	Tempat Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Membeli Rokok	31
7	Pendapat Mahasiswa Perokok Tentang Pengaruh Iklan/Promosi Dalam Keputusan membeli Rokok	32
8	Pendapat Mahasiswa Perokok Tentang Kebijakan Pemerintah Dalam Pembatasan Rokok	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	50
2	Data Hasil Wawancara Responden (Atribut Produk)	52
3	Data Hasil Wawancara Responden (Perilaku Konsumen)	54
4	Dokumentasi	57