



**PENGARUH PENCANTUMAN GAMBAR BAHAYA MEROKOK DAN  
IKLAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROKOK PADA  
MAHASISWA LAKI-LAKI FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER TAHUN 2013**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :  
Aditya Kristanto  
NIM. 1210411231

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2017**

## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul Pengaruh Pencantuman Gambar Bahaya Merokok dan Iklan rokok terhadap Minat beli Konsumen Rokok pada Mahasiswa laki-laki Di Universitas Muhammadiyah Jember, telah di uji dan di sahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Seno Sumowo.SE.MM**

**NPK 01 09 288**

Anggota I,

Anggota II,

**Bayu Wijayanti, SE,MM**

**NPK. 10 09 061**

**Drs. Anwar. Msc**

**NPK. 85 03 125**

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

**Dr. Arik Subiyani, M.Si**

**NPK. 01 09 289**

**Drs. Anwar, Msc**

**NPK.85 03 125**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah saya persembahkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat, izin dan karunianya yang diberikan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENCANTUMAN GAMBAR BAHAYA MEROKOK DAN IKLAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROKOK PADA MAHASISWA LAKI-LAKI FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER TAHUN 2013”**. Skripsi ini di ajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi tugas salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (SI) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Jember,.....

Yang menyatakan,

Aditya Kristanto

NIM:1210411231

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1. Tinjauan Teori.....	6
2.1.1. Pengertian pemasaran .....	6
2.1.2. Manajemen pemasaran .....	6
2.1.3. Prilaku kosunmen .....	7
2.1.4. Minat beli konsumen.....	8
2.1.4.1. Faktor-fakor yang mempengaruhi pembelian ....	8
2.1.4.2. Minat pembelian ulang.....	9
2.1.5. Rokok.....	10
2.1.5.1. Bahaya Rokok.....	10
2.1.5.2. Penyakit yang di sebabkan oleh rokok.....	13
2.1.6. Peringatan bergambar.....	15
2.2. Tinjauan penelitian sebelumnya .....	17
2.3. Kerangka konseptual.....	18
2.4. Hipotesis .....	19
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>

3.1. Identifikasi variabel .....	20
3.2. Definisi operasional variabel .....	20
3.3. Jenis data.....	21
3.4. Teknik pengambilan sampel .....	21
3.5. Teknik pengumpulan data .....	22
3.6. Teknik analisis data .....	22
3.6.1. Uji validitas dan reabilitas .....	22
3.7. Analisa regresi linier .....	24
3.8. Uji hipotesis .....	25
3.8.1. Uji F (f test).....	25
3.8.2. Uji T (t test).....	26
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1. Gambaran umum penelitian.....	27
4.2. Karakteristik responden.....	29
4.3. Uji instrumen.....	29
4.4. Analisis data.....	32
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran .....	42
5.3 Rekomendasi .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedure Penelitian*. Edisi Revisi 2010. Jakarta Rineka Cipta.
- Basu Swastha dan Irawan, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, FE UGM: Yogyakarta.
- Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, CV.Andi Offset. Yogyakarta.
- Durianto, D,C dan Liana 2004 *Analisis Efektifitas iklan televise Softener dan Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan Customer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kinney, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Mahmudin. 2014. *Persepsi Perokok Aktif dalam Menanggapi Label Peringatan Bahaya Merokok*. [Skripsi Ilmiah]. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN.
- Mehta, Abilasha, (1994;66). *How Advertising Response Modelling (ARM) can Increase Ad Effectiveness; Journal of Advertising Research*, vol 34, p.62.
- Morissan, 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Ndubisi, Nelson Oly, 2006. *Effect of Gender on Customer Loyalty: A Relationship Marketing Approach, Marketing Intelligence And Planning*, Vol. 24 No. 1, pp 46-61.
- Nugroho Catur. 2015. Pengaruh Gambar Peringatan Kesehatan Dan Resiko Yang Dipresepsikan Terhadap Minat Beli konsumen Rokok (Studi kasus pada rokok sempurna A mild di kota Yogyakarta). Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pangestu Aji Putra. 2016. Pengaruh Penggunaan Gambar Seram Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Remaja Untuk Tidak Merokok (studi pada siswa SMPN 19 Bandar Lampung). Lampung. Universitas Lampung.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos.

Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.

Simamora. Bilson 2004. *Panduan Riset Perilaku konsumen*. Jakarta.:gramedia

Mehta, Abilasha, (1994;66). *How Advertising Response Modelling (ARM) can Increase Ad*

*Effectiveness; Journal of Advertising Research*, vol 34, p.62.

[http://www.depkes.go.id/Jumlah perokok di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun.html](http://www.depkes.go.id/Jumlah_perokok_di_Indonesia_terus_meningkat_dari_tahun_ke_tahun.html). Diakses pada. 7 September 2016

<https://suryaden.com/civic/rokok-pp-no1092012>

([lifeblogid.com/2015](http://lifeblogid.com/2015)).

[nenijayanika.blogspot.com/2015](http://nenijayanika.blogspot.com/2015)

[www.hipwee.com/](http://www.hipwee.com/)

([www.unmuhjember.ac.id](http://www.unmuhjember.ac.id)).