

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Prevalensi Merokok dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen : Studi Tematik dalam Manajemen Pemasaran Produk Pengganti Rokok Di Kantor Telkom Daerah Jember. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam melalui pendekatan Tematik Analisis, dimana objek penelitian dilakukan di Kantor Telkom Gajah Mada Jember dengan sample Informan yang diambil adalah perokok aktif dan perokok yang berusaha untuk berhenti. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 16 Informan karena saturasi data telah tercapai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukannya 7 tema utama yang mencerminkan pola dalam data, Dimana seluruh tema tersebut menggambarkan faktor faktor yang menjadi pengaruh terhadap kebiasaan serta tantangan dalam berhenti merokok. Selain itu Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam keputusan konsumen, terutama melalui promosi digital, testimoni pengguna, serta kemudahan aksesibilitas produk di berbagai kanal distribusi. Konsumen lebih tertarik pada produk yang memiliki diferensiasi unik, harga kompetitif, dan citra yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Oleh karena itu, pendekatan pemasaran yang lebih personalisasi dan berbasis edukasi dapat meningkatkan adopsi produk pengganti rokok di kalangan perokok aktif.

Kata Kunci : Prevalensi, Tematik Analisis, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze the Prevalence of Smoking and its Influence on Consumer Decisions: A Thematic Study in the Marketing Management of Cigarette Substitute Products At The Jember Regional Telkom Office. Using a qualitative research method with in-depth interviews through the Thematic Analysis approach, where the object of the research was carried out at the Telkom Gajah Mada Jember Office with a sample of Informants taken were active smokers and smokers who tried to quit. The number of samples obtained was 16 Informants because the saturation of the data had been achieved. The results of this study show that the findings of 7 main themes that reflect patterns in the data, where all of these themes describe factors that influence habits and challenges in quitting smoking. In addition, marketing strategies play an important role in consumer decisions, especially through digital promotions, user testimonials, and ease of product accessibility across various distribution channels. Consumers are more interested in products that have unique differentiation, competitive prices, and an image that suits their lifestyle. Therefore, a more personalized and education-based approach to marketing can increase the adoption of cigarette replacement products among active smokers.

Keywords: Prevalence, Thematic Analysis, Marketing Strategy