PENGARUH DEMARKETING PADA KEINGINAN UNTUK BERHENTI MEROKOK

TUGAS AKHIR

Robby Al Ghafiqi
1112003027

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2015

PENGARUH DEMARKETING PADA KEINGINAN UNTUK BERHENTI MEROKOK

TUGAS AKHIR
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik

Robby Al Ghafiqi
1112003027

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2015

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,

dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar.

Nama	**:**	**Robby Al Ghafiqi**
NIM	**:**	**1112003027**
Tanda Tangan	**:**	
Tanggal	**:**	**12 Agustus 2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama	: Robby Al Ghafiqi
NIM	: 1112003027
Program Studi	: Teknik Industri
Fakultas	: Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi	: Pengaruh Demarketing Oleh Pemerintah pada Keinginan Untuk Berhenti Merokok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Wijaya Adidarma, S.T., M.M. ( )

Penguji : Ir. Gunawarman Hartono, M.Eng. ( )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Agustus 2015

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Robby Al Ghafiqi
NIM	: 1112003027
Program Studi	: Teknik Industri
Fakultas	: Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir	: Kuantitatif Kualitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** ***(Non-exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH DEMARKETING PADA KEINGINAN UNTUK BERHENTI MEROKOK

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Agustus 2015

Yang menyatakan

(Robby Al Ghafiqi)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji bagi Allah SWT yang memberikan segala kenikmatan yang tak akan pernah dapat dihitung oleh bilangan apapun. Kenikmatan hidup yang tidak pernah bisa dibayar dan tak ada yang menjualnya. Sungguh Kau Maha dari segala Maha yang ada. Atas limpahan kenikmatan salah satunya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **"Pengaruh Demarketing Pada Keinginan Untuk Berhenti Merokok"**. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan untuk mu, Baginda Rasulullah Muhammad SAW, serta kepada keluarga, sahabat, para alim ulama, dan semoga kita termasuk dalam barisan Beliau di Yaumil Akhir nanti.

Tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan ujian Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie, Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat bimbingan, nasihat, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia W.Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Bapak Ir. Esa Haruman Wiraatmadja, M.Sc.Eng., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie Jakarta.
3. Bapak Ir. Gunawarman Hartono, M.Eng., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie.
4. Bapak Wijaya Adidarma, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing, teman, dan sahabat yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.

5. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie yang telah memberikan pengajaran dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Drs. Indra Martin dan Dra. Eniridha selaku orangtua kandung yang sangat penulis sayangi yang senantiasa memperjuangkan penulis hingga bisa menjadi sampai sekarang.
7. Sahabat-sahabat saya Teknik Industri 2011 yang telah memberikan dukungan dan masukkan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
8. Abdussami Bilal, Bima Anggreyanto, Vedrian Primaogi Wiramandiri, Bil Clinton Silitonga, Nicky Oktavia Wijaya, Isadharma Triyudha dan Fajriant Addil Anara selaku sahabat-sahabat penulis yang tak henti memberikan inspirasi, masukan, dan semangat selama penulisan tugas akhir ini.
9. Heru Tri Yuza, Dewangga Kuspratama, Ayou Oktavia, Odhi Oktolori, Farid Ahmad Ersaputra, Prasyoghi Baskoro, Lipo Fijar Tariande, Rosian Asfar Ratib, Reza Rizki Dewantoro, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang setia berkerjasama satu sama lain demi kesuksesan bersama serta selalu ada memberikan bantuan, masukan, dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait kedepannya.

Jakarta, 12 Agustus 2015

Penulis

PENGARUH DEMARKETING PADA KEINGINAN UNTUK BERHENTI MEROKOK

Robby Al Ghafiqi

ABSTRAK

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 , pencantuman label peringatan pada kemasan rokok diwajibkan di negeri ini. Penelitian ini membahas tentang pengaruh label peringatan pada perilaku konsumen serta dampaknya pada keinginan untuk berhenti merokok. Studi ini melibatkan 160 orang perokok sebagai responden. Hasil studi ini menunjukkan bahwa strategi demarketing ini tidak berpengaruh signifikan pada perilaku konsumen, namun secara parsial berpengaruh pada salah satu faktor perilaku. Lebih lanjut, hasil penelitian ini menemukan bahwa label peringatan tersebut lebih ditangkap oleh perokok remaja dibandingkan dengan perokok dewasa.

Kata Kunci: Demarketing, Label Peringatan Pada Kemasan Rokok, Perilaku Konsumen, Keinginan Berhenti Merokok

PENGARUH DEMARKETING PADA KEINGINAN UNTUK BERHENTI MEROKOK

Robby Al Ghafiqi

ABSTRACT

Based on the Indonesian Government Regulation No. 109 of 2012, the inclusion of tobacco package warning labels are required in this country. This study discusses the effect of tobacco package warning labels on attitude of smokers and its effects on their intention to quit smoking. This study involved 160 smokers as respondents. The result shows that demarketing strategy doesn't influence on the overall smokers' attitude, but partially affects on one of the attitude. Furthermore, this research found that tobacco package warning labels are more exposed to adolescent smokers than the adults.

Keywords: *Demarketing, Tobacco Package Warning Labels, Attitude, Intention to Quit Smoking*

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR i
TUGAS AKHIR i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRACT vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
1. BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 5
1.4. Batasan Masalah 5
1.5. Manfaat Penelitian 5
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1. Pemasaran (*Marketing)* 7
2.2. Pemasaran Sosial (*Social Marketing*) 8
2.3. Demarketing 9
2.4. Perilaku Konsumen (*Consumer Behaviour*) 9
2.4.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 10
2.5. Konsep Penelitian 11
2.5.1. Label Peringatan Rokok *(Tobacco Package Warning Labels)* 11
2.5.2. *Theory of Planned Behaviour* 13
2.5.3. Keinginan Berhenti Merokok *(Intention to Quit Smoking)* 15
2.6. Kerangka Konseptual 16

3. BAB III METODE PENELITIAN 18
3.1. Populasi dan Sampel Penelitian 18
3.1.1. Populasi Penelitian 18
3.1.2. Teknik Pengambilan Sampel 18
3.2. Teknik Pengumpulan Data 18
3.3. Metode Analisis 19
3.4. Definisi Operasional 20
3.5. Konstruk Penelitian 22
3.6. Sistematika Penelitian 23
4. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 25
4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur 25
4.1.1. Uji Reliabilitas 25
4.1.2. Analisis Faktor 26
4.1.3. Uji Validitas Konstruk 29
4.1.4. Uji Validitas Diskriminan 30
4.2. Hasil Penelitian 30
4.2.1. Analisis Deskriptif 30
4.2.2. Analisis Kuantitatif 34
4.2.3. Analisis Keragaman 37
5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 49
5.1. Kesimpulan 49
5.2. Saran 50
DAFTAR PUSTAKA 51
LAMPIRAN 54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert 20
Tabel 3.2 Definisi Operasional 21
Tabel 3.3 Konstruk Penelitian 22
Tabel 4.1 Uji Reliabilitas *Tobacco Package Warning Labels* 25
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas *Attitude* 25
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Intention to Quit Smoking 26
Tabel 4.4 Analisis Faktor *Tobacco Package Warning Labels* 27
Tabel 4.5 Analisis Faktor *Attitude* 27
Tabel 4.6 Analisis Faktor *Intention to Quit Smoking* 28
Tabel 4.7 Validitas Konstruk 29
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Pengaruh *Tobacco Package Warning Labels* Pada *Attitude* 35
Tabel 4.9 Analisis Regresi Pengaruh *Attitude* pada *Intention to Quit Smoking* 36
Tabel 4.10 Rata-Rata Data Responden 38
Tabel 4.11 Analisis Keragaman Tobacco Packaging Warning Labels pada Umur 38
Tabel 4.12 Analisis Keragaman Hubungan Sosial dan Sugesti Pikiran *(Attitude)* pada Umur 39
Tabel 4.13 Analisis Peduli Kesehatan *(Attitude)* pada Umur 39
Tabel 4.14 Analisis Keragaman Intention to Quit Smoking pada Umur 40
Tabel 4.15 Analisis Keragaman pada Jenis Kelamin 41
Tabel 4.16 Analisis Keragaman Tobacco Packaging Warning Labels pada Status 41
Tabel 4.17 Analisis Keragaman Attitude pada Status 42
Tabel 4.18 Analisis Keragaman Intention to Quit Smoking pada Status 43
Tabel 4.19 Analisis Keragaman Tobacco Packaging Warning Labels pada Jumlah Konsumsi Perhari 44

Tabel 4.20 Analisis Keragaman Hubungan Sosial dan Sugesti Pikiran (Attitude) pada Jumlah Konsumsi Perhari 44
Tabel 4.21 Analisis Keragaman Peduli Kesehatan (Attitude) pada Jumlah Konsumsi Perhari 45
Tabel 4.22 Analisis Keragaman Intention to Quit Smoking pada Jumlah Konsumsi Perhari 45
Tabel 4.23 Analisis Keragaman Tobacco Packaging Warning Labels pada Jenis Rokok 46
Tabel 4.24 Analisis Keragaman Hubungan Sosial dan Sugesti Pikiran (Attitude) pada Jenis Rokok 46
Tabel 4.25 Analisis Keragaman Peduli Kesehatan (Attitude) pada Jenis Rokok 47
Tabel 4.26 Analisis Keragaman Intention to Quit Smoking pada Jenis Rokok 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 *Theory of Planned Behaviour* 13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 16
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian 24
Gambar 4.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Umur 31
Gambar 4.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin 32
Gambar 4.3 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Status 32
Gambar 4.4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Konsumsi Rokok Perhari 33
Gambar 4.5 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Rokok 34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuisioner 54