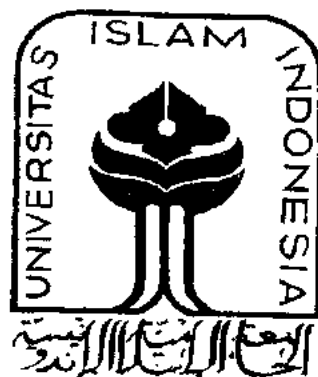


**ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP ROKOK DJARUM SUPER
STUDI PADA MASYARAKAT KECAMATAN TEMANGGUNG,
KABUPATEN TEMANGGUNG PROPINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Ditulis oleh

Nama : Muhammad Hidayya Umar

Nomor Mahasiswa : 00 311 306

Program Studi : Manajemen

Bidang Kosentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

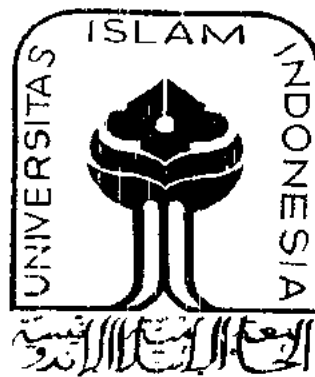
FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2004

Analisis Minat Konsumen terhadap Rokok Djarum Super
Studi pada Masyarakat Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung,
Prop. Jawa Tengah

SKRIPSI



Ditulis oleh

Nama : Muhammad Hidayya Umar

Nomor Mahasiswa : 00 311 306

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2004

PERNYATAAN BEBAS PLAGARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi, apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. “

Yogyakarta, 4 Juni 2004

Penulis

M. Hidayya Umar

**Analisis Minat Konsumen terhadap Rokok Djarum Super
Studi pada Masyarakat Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung,
Prop. Jawa Tengah**

Nama : Muhammad Hidayya Umar

Nomor Mahasiswa : 00 311 306

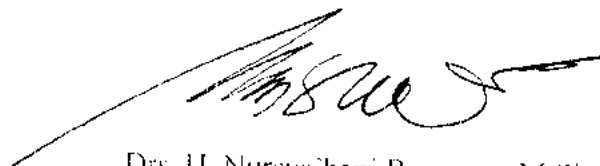
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

8 Juli
Yogyakarta, ~~5 Juni~~ 2004

Telah Disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs. H. Nursya'bani Purnama, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

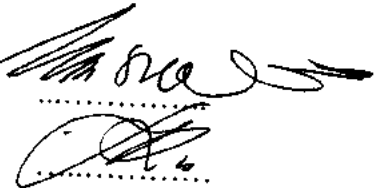
**ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP ROKOK DJARUM SUPER PADA
MASYARAKAT TEMANGGUNG KAB. TEMAGGUNG**

Disusun Oleh: MUHAMMAD HUDAYYA UMAR
Nomor mahasiswa: 00311306

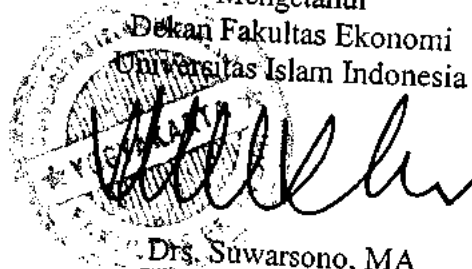
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 12 Agustus 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Nursya'bani Purnama, M.SI

Penguji : Dra. Siti Nurul Ngaini, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

Abstrak

Penelitian ini mengambil judul tentang Analisis Minat Konsumen terhadap Rokok Djarum Super pada Masyarakat Kec. Temanggung, Kab. Temanggung, Jawa Tengah. Adapun penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui minat, sikap dan norma subyektif konsumen membeli Rokok Djarum Super.

Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Theory of Reasoned Action* dari Fishbein dan Ajzen. Teori ini merupakan modifikasi dari "*Multi Atribut Attitude Model*" menjadi Behavioral Intention Model.

Variabel-variabel dalam model tersebut memperlihatkan hubungan-hubungan yang signifikan dengan daya prediktif yang cukup kuat.

Minat diprediksi dipengaruhi oleh variabel sikap dan variabel norma subyektif.

1. Variabel Sikap diukur dari :

a. Keyakinan (*believe*)

Keyakinan responden bahwa suatu tindakan tertentu akan mempunyai sesuatu hasil atau akibat terhadap atribut.

b. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi pada akibat/ konsekuensi terhadap atribut.

2. Variabel Norma Subyektif didasarkan pada :

a. Keyakinan referen

Keyakinan normatif menyangkut referen (orang-orang yang mempengaruhi yang dianggap penting)

b. Motivasi

Motivasi responden untuk menuruti referen (orang-orang yang mempengaruhi yang dianggap penting).

Sebelum daftar pertanyaan disebarkan ke responden, pengujian validitas dan reabilitas disebarkan kepada 30 responden yang kemudian diuji dengan bantuan alat SPSS versi 10.0 yang hasilnya valid dan reliabel.

Metode analisis data dengan mengambil 100 responden, yang digunakan adalah analisis diskriptif yang karakteristik respondennya yang dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, intensitas merokok. Dilihat dari jenis kelamin semua responden adalah laki-laki dan 52% usia dibawah 25 tahun, Sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 38%. Dan 93% dengan intensitas sering merokok.

Pada analisis Kuantitatif, minat yang dipengaruhi sikap dan norma subyektif mempunyai pengaruh yang positif dilihat dari hasil yang ada. Hanya saja pengaruh sikap lebih besar dibanding dengan norma subyektif dalam mempengaruhi minat. Dilihat dari $Y = 1,771 + 0,104 x_1 + 0,03789x_2$, dimana konstantanya adalah 1,771, pengaruh sikap terhadap minat adalah 0,104, sedangkan pengaruh norma subyektif adalah 0,03789.

MOTTO

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) kampung akhirat, dan jangan kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu. Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang berbuat kerusakan.

(Q.S. Al Qoshos ayat 77)

*Kupersembahkan untuk:
Ayah dan Bunda; dan adikku tercinta Ani
Yang selalu mendorongku untuk maju*

*Ke atas untuk Cita-cita,
Ke Bawah untuk Bersyukur,
Ke Belakang untuk Evaluasi,
Ke Depan untuk Melangkah Pasti
28 juni 2004*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohm.

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini. Skripsi ini berjudul "Analisis Minat Konsumen terhadap Rokok Djarum Super pada Masyarakat Kee. Temanggung, Kab. Temanggung, Jawa Tengah"

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada :

1. Bapak Drs. H. Swarsono, MA., selaku Dekan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta.
2. Bapak Drs. H. Nursya'bani Purnama, M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membantu dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Dosen-dosen di lingkungan Fak. Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis.
4. Ayah dan bunda, terimakasih untuk semua dorongan moril dan materiil serta doa yang selalu diberikan kepada penulis.
5. Adiku Ani, terima kasih atas dukungannya dan telah menemani di waktu-waktu sulit dan untuk semua canda tawanya.

6. Woro dan Pak Eko, terimakasih telah *ngajani* penulis dan meluangkan waktunya dengan sabar.
7. Mas Uzie, terimakasih atas *wedhang* kopinya dan dukungannya.
8. Sulis, Beni, dan semua teman kampungku di Mujahidin, terima kasih atas hiburannya.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner
10. Mas Wid, terimakasih atas kesabaran membantu kami para masyarakat manajemen.
11. Teman-teman Kost "Leles 45 F" : Fery (Pak Kos), Andro, Cecep, Oon, Tono, Idu, Diman, Om Bo-Bo, Pak Blangkon dan hamsternya, pak Eko, Ali Tegal, dan Si Black terima kasih atas kebersamaannya.
12. Teman-teman Gerilyawan Manajemen UII 2000 : Lutfi, Cak Be Hong, Setyadi, Sandy, Emon terima kasih atas kerjasamanya.
13. Rian, Pivu "Ivan", Wasrun terima kasih sudah sering datang ke kost.
14. Anak Manj D'00 terima kasih atas persahabatannya.
15. Ivana Crew : Prio, Hari, Mas Ardi, Budiyo, Oqi, Ilvan, untuk kekompakannya.
16. Perpus Ekonomi Crew, terimakasih bantuannya.
17. Perpus MM UGM Crew, terima kasih atas bukunya.
18. Reza(Nobita), Kemal, Ardi, Mas Achok, Pak De, Mbak Shinta, Mbak Aik, Yu Nah, terima kasih atas kenangannya.
19. Dian terima kasih udah nemenin jalan-jalan.
20. Kharisma PP yang setia mengantarku kemana aku pergi.

21. Mesin Ketikku, yang udah bantu ngerjain skripsiku.
22. Bapak penemu SPSS, yang udah bantu memudahkanku untuk ngerjain skripsiku.
23. Wartel Yang udah memperlancar komunikasiku.
24. Siti Nurhaliza, Dian Sastro, Marshanda, terimakasih atas hiburannya.
25. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat berharga untuk penyempurnaan studi selanjutnya.

Yogyakarta, 2004

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman pernyataan bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vi
Abstrak.....	vii
Halaman Motto.....	viii
Halaman Persembahan.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Perilaku Konsumen.....	6
2.2	Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen.....	7
	2.2.1 Pengaruh Lingkungan.....	8
	2.2.2 Perbedaan Individu.....	9
	2.2.3 Proses Psikologis.....	11
2.3	Variabel-Variabel yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	12
2.4	Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.5	Pengertian Sikap.....	16
2.6	Kaitan Sikap dan Minat.....	18
2.7	Model Minat Berperilaku (Fishbein dan Ajzen).....	20
2.8	Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Riwayat Singkat Perusahaan.....	27
3.2	Lokasi Perusahaan dan Lokasi Penelitian.....	29
	3.2.1. Lokasi Perusahaan.....	29
	3.2.2. Lokasi Penelitian.....	31
3.3	Kegiatan Usaha.....	32
3.4	Produk Rokok PT. Djarum Kudus dan Pemasarannya.....	33
	3.4.1 Brand untuk orang Indonesia.....	33
	3.4.2 Brand untuk Internasional.....	35
3.5	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	38

3.6	Metode Penelitian.....	40
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.8	Metode Analisis Data	44

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Diskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2	Karakteristik Responden.....	51
4.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	51
4.2.2	Usia Responden.....	51
4.2.3	Jenis Pekerjaan.....	52
4.2.4	Intensitas Merokok	53
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	53
4.3.2	Uji Reabilitas.....	56
4.4	Analisis Kuantitatif.....	57
4.4.1	Analisis Sikap (Indeks Sikap).....	57
4.4.2	Analisis Norma Subyektif.....	63
4.4.3	Pengukuran Minat Model <i>Reasoned Action</i>	67
4.4.4	Analisis Regresi Berganda.....	69
4.4.5	Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	71
4.4.6	Pengujian <i>t</i> (<i>t-Test</i>).....	71
4.4.7	Pengujian <i>F</i> (<i>F-test</i>).....	73
4.5	Implikasi Dalam Konteks Pemasaran.....	74

4.5.1	Segmentasi Pemasaran.....	74
4.5.2	<i>Targetting</i>	75
4.5.3	<i>Positioning</i>	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA.....	79
---------------------	----

DAFTAR TABEL

Label	Halaman
4.1 Tingkat Usia Responden	51
4.2 Jenis Pekerjaan	52
4.3 Intensitas Merokok	53
4.4 Hasil Uji Validitas Korelasi Product Moment dari Pearson (Sikap).....	54
4.5 Hasil Uji Validitas Korelasi Produk Moment dari Pearson (Norma Subyektif)	55
4.6 Hasil Uji Validitas Korelasi Produk Moment dari Pearson (Minat).	55
4.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Sikap, Norma Subyektif, dan Minat.....	56
4.8 Indeks Sikap.....	59
4.9 Variabel Sikap Masing-Masing Atribut.....	62
4.10 Derajat Keyakinan (bi) dan Evaluasi (ci) terhadap Konse- kuensi Atribut.....	63
4.11 Indeks Norma Subyektif.....	65
4.12 Variabel norma Subyektif.....	66
4.13 Derajat Keyakinan Normatif (bj) dan Derajat Motivasi (mi) menurut referensi.....	67
4.14 Indeks Minat.....	69
4.15 Hasil Uji t.....	72

4.16 Hasil Uji F.....	73
-----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Minat Berpetrlaku Fishbein.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Tabulasi Data Variabel Sikap.....	I
II. Data Masing-Masing Sikap (AB) dari Tiap Be (keyakinan) . ei (evaluasi).....	IV
III. Tabulasi Data Variabel Norma Subyektif.....	VII
IV. Data Masing-Masing Norma Subyektif (SN) dari Tiap bj (keyakinan normatif). Mj (derajat motivasi).....	X
V. Tabulasi Data Variabel Minat.....	XII
VI. Data Rata-Rata Variabel Sikap (AB), Norma Subyektif (SN) dan Minat (I).....	XV
VII. <i>Regression</i>	XVIII
VIII. <i>Correlations</i> (Sikap).....	XIX
IX. <i>Correlation</i> (Norma Subyektif).....	XX
X. <i>Correlation</i> (Minat).....	XX
XI. <i>Reliability Analysis</i> Sikap (AB).....	XXII
XII. <i>Reliability Analysis</i> Norma Subyektif (SN).....	XXIII
XIII. <i>Reliability Analysis</i> Minat (I).....	XXIV
XIV. Kuesioner.....	XXV