SKRIPSI

PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO

Oleh:
DIAN FEBRIANTI
13102604

Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
1439 H/2018 M

PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Dian Febrianti

NPM. 13102604

Pembimbing I : Drs. Tarmizi, M.Ag

Pembimbing II: Wahyu Setiawan, M.Ag

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1439 H /2018 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Saudari Dian Febrianti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudari:

Nama : **Dian Febrianti**
NPM : 13102604
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 STAIN JURAI SIWO METRO**

Sudah dapat kami setujui dan dapat dimunaqosyahkan Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Januari 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Tarmizi, M.Ag	**Wahyu Setiawan, M.Ag**
NIP. 19601217 199003 1 002	NIP. 19800516 200501 1 008

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: **PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 STAIN JURAI SIWO METRO**
Nama	: **Dian Febrianti**
NPM	: 13102604
Jurusan	: Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Januari 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Tarmizi, M.Ag	**Wahyu Setiawan, M.Ag**
NIP. 19601217 199003 1 002	NIP. 19800516 200501 1 008

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 0267 / In. 28.3 / D / PP.00.9 / 02/2018

Skripsi dengan Judul: PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO, disusun Oleh: Dian Febrianti, NPM: 13102604, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jumat/19 Januari 2018

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator	: Drs. Tarmizi, M.Ag	(.....)
Penguji I	: Nizaruddin, S.Ag, MH.	(.....)
Penguji II	: Wahyu Setiawan, M.Ag	(.....)
Seketaris	: Hamdi Abdul Karim, M.Pd.I.	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO

ABSTRAK

Oleh:
DIAN FEBRIANTI

Indonesia menjadi urutan negara tertinggi di Asia Tenggara yang memiliki jumlah perokok terbanyak. Oleh karena itu, untuk mengurangi semakin banyaknya jumlah perokok di Indonesia, Pemerintah mengeluarkan berbagai macam aturan untuk menekan angka penghisap rokok. Salah satu dari aturan tersebut adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Mulai tahun 2014 seluruh rokok yang beredar di Indonesia harus menyertakan peringatan bahaya rokok, disertai gambar menyeramkan dari akibat merokok pada bungkusnya. Gambar yang dicantumkan pada kemasan rokok meliputi gambar orang merokok dengan asap yang membentuk tengkorak, gambar kanker tenggorokan, gambar kanker paru-paru, gambar orang merokok dengan anak di dekatnya, dan gambar kanker mulut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro. Metode penelitian ini, menggunakan jenis penelitian lapangan *(field reseach)* yang bersifat deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data di dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif.

Hasil penelitian ini adalah pencantuman gambar pada kemasan rokok belum berjalan efektif. Tidak banyak dari mahasiswa yang memperhatikan gambar kemasan rokok tersebut. Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 memutuskan untuk tetap membeli rokok, meskipun mereka mengetahui dampak dari bahaya merokok, akan tetapi minat beli rokok mereka tetap tinggi. Minat beli terhadap rokok dipengaruhi oleh beberapa faktor baik internal atau faktor eksternal. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro adalah faktor budaya, faktor sosial, harga, cita rasa, gaya hidup, motifasi, dan dan persepsi. Faktor yang lebih dominan terhadap minat beli rokok mahasiswa adalah faktor sosial yaitu kelompok acuan, faktor budaya dan gaya hidup. Minat beli mahasiswa terhadap rokok dikatakan sebagai minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang diinginkan. Walaupun terdapat gambar kemasan rokok mahasiswa akan mengabaikannya dan tetap membeli rokok tersebut karena rokok sudah menjadi kebutuhan. Dengan demikian tidak ada pengaruh yang signifikan antara pencantuman gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Dian Febrianti
NPM	: 13102604
Jurusan	: Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali, bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Januari 2018
Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL
E37DFAEF459077885
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Dian Febrianti
NPM. 13102604

MOTTO

وَمَا بِكُم مِّن نِّعۡمَةٖ فَمِنَ ٱللَّهِۖ ثُمَّ إِذَا مَسَّكُمُ ٱلضُّرُّ فَإِلَيۡهِ تَجۡـَٔرُونَ ٥٣

Artinya: *"Dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, maka dari Allah-lah (datangnya), dan bila kamu ditimpa oleh kemudharatan, maka hanya kepada-Nya-lah kamu meminta pertolongan".* (QS. An Nahl: 53)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, atas taufik, hidayah dan inayahNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi (SE). Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Ayah dan ibu tercinta, (Sukarno dan Umi Hanik) yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan yang tulus yang tak kenal lelah sehingga saya dapat bertahan di dalam menuntut ilmu dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen Pembimbing Drs. Tarmizi, M.Ag dan Wahyu Setiawan, M. Ag yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
3. Sahabatku Rintius Friska Yuningsih dan Eva Yuliyanti yang telah memberikan semangat dan perhatian.
4. Almamater kebanggaanku IAIN Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini merupakan salah satu dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro guna memperoleh gelar SE.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu peneliti megucapkan terima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro, Ibu Dr. Widhiya Ninsiana M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH selaku Wakil Dekan I, Bapak Drs. Dri Santoso, M.H selaku Wakil Dekan III, Ibu Rina El Maza, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Drs. Tarmizi, M.Ag dan Wahyu Setiawan, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana dan prasarana selama penulis menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuanagama Islam.

Metro, Januari 2018
Penulis

Dian Febrianti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

NOTA DINAS iii

HALAMAN PERSETUJUAN iv

HALAMAN PENGESAHAN v

ABSTRAK vi

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN vii

HALAMAN MOTTO viii

HALAMAN PERSEMBAHAN ix

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Pembatasan Masalah 6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
E. Penelitian Relevan 7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Gambar Kemasan Rokok 12
1. Pengertian Gambar Kemasan Rokok 12
2. Landasan Hukum Gambar Pada Kemasan Rokok 14

3. Fungsi dan Tujuan Kemasan Rokok 16
B. Minat Beli Konsumen 16
1. Pengertian Minat Beli Konsumen 16
2. Faktor Minat Beli Konsumen 18
3. Tahapan Minat Beli Konsumen 24
C. Pengaruh Gambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen 26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian 28
1. Jenis Penelitian 28
2. Sifat Penelitian 28
B. Sumber Data 29
1. Sumber Data Primer 29
2. Sumber Data Sekunder 30
C. Teknik Pengumpulan Data 31
1. Wawancara 31
2. Dokumentasi 32
D. Teknik Analisa Data 32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Profil Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro 34
B. Pengaruh Gambar Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro 38
C. Analisis Pengaruh Gambar Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro 44
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 48
B. Saran 49
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Outline
7. Alat Pengumpuslan Data
8. Dokumantasi
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rokok adalah benda beracun yang memberi efek santai dan sugesti. Rokok memiliki bentuk silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm, dengan diameter sekitar 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok biasanya dijual dalam bungkusan berbentuk kotak atau kemasan kertas yang dapat dimasukkan dengan mudah ke dalam kantong.[1]

Perilaku merokok telah menjadi perilaku yang umum ditemui di Indonesia. Perilaku merokok merupakan tindakan seseorang melakukan kegiatan merokok atau tindakan-tindakan yang dilakukan secara sengaja untuk merokok. Rokok bila dikonsumsi dapat menjadi sumber berbagai masalah kesehatan. Namun demikian konsumsi rokok tetap tinggi dan menjadi masalah yang sulit diputus mata rantainya. Saat ini Indonesia menjadi urutan negara tertinggi di Asia Tenggara yang memiliki perokok tetap terbanyak.[2]

Dalam hal memasarkan perusahaan rokok melakukan berbagai cara untuk menarik minat beli perokok untuk mengonsumsi rokok yang dijualnya, yaitu seperti promosi. Promosi didefinisikan sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen. Menjelaskan suatu produk yang dapat

---

[1] Rahayu Indah, "*Perilaku Mahasiswa Kedokteran Terhadap Gambar Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok,* (Pekanbaru : Universitas Riau), Vol2 No.2Oktober 2015, h.4.

[2] Stephani Raihana Hamdan, "*PengarPeringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok*", (Bandung: Universitas Islam Bandung), Vol. 31 No.1 Juni 2015, h.241

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.[3]

Minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian.[4] Keputusan konsumen membeli, merangkum tiga tahapan proses yakni proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.[5] Keputusan pembelian konsumen diawali dengan rangsangan yang kemudian dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti faktor sosial, budaya, politik, pribadi dan psikologi, dan memengaruhi konsumen dalam pemilihan produk dengan merek tertentu.[6]

Salah satu produk perusahaan yang saat mempunyai minat beli paling tinggi adalah rokok. Upaya untuk menyadarkan para perokok untuk mengurangi minat beli rokok memang tidak mudah. Banyak hal yang telah dilakukan, bahkan yang terkini dan menjadi bahan perbincangan saat ini yaitu tertera gambar bahaya atau penyakit-penyakit yang disebabkan oleh merokok yang sangat mengerikan pada kemasan rokok.[7]

Pemerintah mengeluarkan berbagai macam aturan untuk menekan angka konsumsi rokok. Pemerintah telah mengatur kebijakan mengenai gambar seram pada kemasan rokok ini yang tertuang pada Peraturan Pemerintah Republik

---

[3] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 301.

[4]Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.164.

[5] Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspetif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 195

[6] Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 333.

[7]Diyono, "*Hubungan Persepsi Terhadap Label Peringatan Bahaya Rokok Pada Kemasan Rokok Dengan Kebiasaan Merokok",* Vol. 4 No.1 Maret 2016.

Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 pasal 15 ayat 1 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan yang berbunyi, setiap 1 (satu) varian Produk Tembakau wajib dicantumkan gambar dan tulisan peringatan kesehatan yang terdiri atas 5 (lima) jenis yang berbeda, dengan porsi masing-masing 20% (dua puluh persen) dari jumlah setiap varian Produk Tembakaunya.[8] Gambar-gambar menyeramkan kemasan rokok seperti gambar kanker mulut, gambar orang merokok dengan asap membentuk tengkorak, gambar orang merokok dengan anak di dekatnya, gambar kanker tenggorokan, dan gambar paru-paru menghitam akibat penyakit kanker, dengan harapan langkah ini supaya pengguna rokok berkurang.[9]

Peraturan Pemerintah tersebut selanjutnya ditindak lanjuti dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 pasal 2 tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau yang berbunyi, Pengaturan pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau bertujuan untuk memberikan pedoman bagi pelaku industri Produk Tembakau untuk melaksanakan pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau.[10]

---

[8] http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/173643/PP1092012.pdf diunduh pada 10 Juli 2017

[9] Rahayu Indah,. *Perilaku Mahasiswa Kedokteran Terhadap Gambar Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok*,. h.3

[10] http://bprs.kemkes.go.id/v1/uploads/pdffiles/peraturan/26 PMK diunduh pada 10 Juli 2017

Peneliti mengaitkan dengan salah satu ayat Al-Qur'an yaitu QS. Al-Ahzab ayat 70:[11]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar".*

Dari ayat Al-Qur'an di atas, maka diharapkan iklan atau promosi dalam menawarkan produk selalu menunjukkan kebenaran. Komposisi atau kualitas produk harus sesuai dengan apa yang disampaikan baik melalui iklan atau promosi. Seperti dampak bahaya merokok yang dicantumkan pada kemasan rokok serta kandungan pada rokok tersebut.

Peredaran rokok yang semakin tumbuh dari tahun ke tahun dengan tingkat konsumen yang tak terkendali dari kaum tua, pemuda hingga merambah ke anak-anak usia sekolah. Dengan adanya pencantuman gambar peringatan pada kemasan rokok, diharapkan agar para pengonsumsi rokok mengurangi minat untuk membeli rokok. Meskipun disisi lain rokok memberi pemasukan pada pemerintah yang cukup besar melalui cukai.

Namun kebijakan pemerintah belum berjalan semestinya, dalam realitanya minat beli rokok masih tinggi, terutama di kalangan mahasiswa. Minat beli dipengaruhi oleh lingkungan, kondisi ekonomi, gaya hidup dan lain-lain. Semakin ketergantungan mahasiswa dengan rokok, maka semakin tinggi pula minat beli mereka terhadap rokok.

---

[11] Departemen Agama RI, *Al-hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2010), h. 427.

Peneliti memilih mahasiswa IAIN Metro sebagai subjek penelitian, khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro. Dilihat dari realitanya minat beli mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2013 IAIN Metro terhadap rokok masih tinggi. Terlihat dari kebiasaan mereka merokok, terlebih lebih ketika di area kampus. Semakin banyak rokok yang dihisap, maka semakin tinggi minat beli terhadap rokok. Padahal mereka mengetahui bahwa tujuan dari gambar pada kemasan rokok untuk menekan minat beli rokok. Mengingat banyak dampak yang ditimbulkan dari bahaya merokok. Berbagai penyakit yang disebabkan akibat merokok seperti ganguan pernafasan dan ganguan organ tubuh lainnya.

Berdasarkan hasil *pra-survey* yang dilakukan penulis, Augustono mengatakan bahwa awalnya sedikit risih melihat gambar pada kemasan rokok. Akan tetapi saudara Augustono mulai terbiasa dengan adanya gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Karena rokok sudah menjadi kebutuhan bagi saya dan cita rasa rokok tetap enak, minat beli saya terhadap rokok tetap tinggi. [12]

Begitu pula dengan Saudara Afriyan Arya Saputra, menurutnya gambar pada kemasan rokok hanya menimbulkan rasa ketakutan saat melihatnya, bahkan ketika membeli rokok saya memilih gambar kemasan yang tidak terlalu mengerikan, seperi gambar orang tua menggendong anaknya atau gambar orang sedang merokok disertai gambar tengkorak. Menurut saya gambar kemasan rokok

[12] Wawancara dengan Augustono, Mahasiswa Ekonomi Syariah wawancara tanggal 10 Maret 2017

akan berpengaruh terhadap perokok pemula, dan belum berjalan efektif kepada pecandu rokok.[13]

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti skripsi yang berjudul "Pengaruh Gambar Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro".

B. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian di atas maka pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2103 IAIN Metro.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis hanya melakukan penelitian terhadap mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro, khususnya adalah mahasiswa laki-laki. Hal tersebut dikarenakan keterkaitan dengan judul skripsi yang berhubungan dengan pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

[13] Wawancara dengan Afriyan Arya Saputra, Mahasiswa Ekonomi Syariah wawancara tanggal 20 Maret 2017

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

a. Secara teoritis, untuk menambah ilmu pengetahuan berkaitan tentang pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa.
b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih penelitian dan menjadi motivasi bagi para konsumen untuk mengurangi minat beli atau bahkan tidak membeli produk yang berpengaruh negatif terhadap kesehatan.

E. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji di dalam skripsi ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aji Putra Pangestu Mahasiswa Universitas Lampung, mengangkat judul “Pengaruh Penggunaan Gambar Seram Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Remaja Untuk Tidak Merokok di Bandar Lampung”.

Semakin meningkatnya angka perokok pemula beberapa tahun ini disikapi secara serius oleh pemerintah. Tingginya angka perokok remaja

tersebut dilatar belakangi oleh lemahnya pengawasan pemerintah dalam memberi batasan usia atau melarang usia di bawah umur untuk mendapatkan rokok. Oleh karena itu, untuk mengurangi semakin banyaknya jumlah perokok di Indonesia, pemerintah mengeluarkan berbagai macam aturan untuk menekan angka konsumsi rokok. Salah satunya dengan mencantumkan gambar seram pada kemasan rokok. Penulis melakukan penelitian di SMP N19 Bandar Lampung, berdasarkan data pra-riset yang penulis lakukan di SMP N 19 Bandar Lampung, bahwa dalam rentang waktu dari Agustus 2014 hingga Januari 2015 terdapat 11 kasus siswa yang ketahuan merokok di dalam SMP N 19 Bandar Lampung pada saat jam pelajaran atau istirahat sekolah.

Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa, berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel (8,513 > 1,664) maka H_0 ditolak. Artinya bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara Gambar Seram Pada Kemasan Rokok terhadap Sikap Remaja Untuk Tidak Merokok.[14]

2. Hendri Setyo Wibowo Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tahun 2015 melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Terpaan Iklan Televisi *Pictorial Warning* Rokok Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Untuk Berhenti Merokok Pada Perokok Dewasa". Penelitian ini dilakukan pada perokok dewasa di Yogyakarta, karena selain terpaan iklan *pictorial warning* di media televisi, jumlah iklan *outdoor* di Yogyakarta banyak dijumpai pada sudut-

[14]Aji Putra Pangestu, *Skripsi: "Pengaruh Penggunaan Gambar Seram Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Remaja Untuk Tidak Merokok* Pada Siswa SMP N 19 Bandar Lampung", Universitas Lampung, 2016.

sudut kota. Iklan *outdoor* memiliki kelebihan, karena iklan *outdoor* dilihat oleh sebagian besar audiens yang bergerak, misalnya saat seseorang pengendara atau pejalan kaki yang dewasa, dimana seseorang yang sudah dewasa (umur 25-45) memiliki karakteristik kemandirian ekonomi dan kemandirian dalam membuat keputusan lebih mampu berpikir dan mengambil sikap dalam menentukan pilihan, di mana orang dewasa lebih paham akan masalah dan fungsi kesehatan dibandingkan dengan anak remaja.

Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel terpaan iklan televisi *pictorial warning* pada rokok mempunyai pengaruh positif terhadap sikap untuk berhenti merokok pada perokok dewasa di KotaYogyakarta dengan nilai probabilitas $t_{\text{-hitung}}$ 0,000 < *Level of Significant* = 0,05. Hal ini dapat diartikan, jika terpaan iklan televisi *pictorial warning* pada rokok meningkat, maka sikap untuk berhenti merokok pada perokok dewasa di Kota Yogyakarta akan mengalami peningkatan.[15]

3. Abdul Latif melakukan penelitian yang berjudul "Gambaran Pengetahuan, Perhatian, Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Media Promosi Kesehatan Berupa Gambar Di Kemasan Rokok Pada Perokok Aktif di Jember". Mahasiswa yang akrab dengan sebutan *agent of change* ternyata masih banyak yang melakukan kebiasaan merokok didalam ruang kelas tanpa mereka sadari dapat mengganggu orang-orang disekitarnya. Beberapa orang yang ditanyai tentang alasan mereka merokok di dalam kelas kebanyakan beralasan bahwa mereka merokok mengusir rasa penat yang mereka rasakan sambil menunggu

[15] Hendri Setyo Wibowo, *Skripsi :* "*Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Pictorial Warning Rokok Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Untuk Berhenti Merokok Pada Perokok Dewasa",* Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015.

datangnya dosen. Kebiasaaan ini jika terus dilakukan akan menjadi sesuatau yang dianggap biasa padahal merokok bukanlah sesuatu kegiatan yang baik. Perilaku merokok umumnya semakin lama akan semakin meningkat sesuai dengan tahap perkembangannya yang ditandai dengan meningkatnya intensitas merokok, dan sering mengakibatkan mereka mengalami ketergantungan nikotin. Hasil dalam penelitian ini bahwa pengetahuan dan perhatian memiliki nilai yang sedang, sedangkan sikap responden memiliki sikap negatif.[16]

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki fokus kajian yang sama, yaitu mengenai pengaruh gambar kemasan rokok. Namun dalam hal ini peneliti lebih menekankan kepada bagaimana pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro. Jenis penelitian ini adalah *field reseach* (penelitian lapangan) dimana peneliti akan terjun langsung ke masyarakat untuk meneliti permasalahan sesuai dengan kajian penelitian.

Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji Putra Pangestu Mahasiswa yang mebahas tentang pengaruh penggunaan gambar seram pada kemasan rokok terhadap sikap remaja untuk tidak merokok di Bandar Lampung, penelitian Hendri Setyo Wibowo dengan judul pengaruh terpaan iklan televisi *pictorial warning* rokok pada kemasan

---

[16] Abdul Latif , *Skripsi:* "*Gambaran Pengetahuan, Perhatian, Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Media Promosi Kesehatan Berupa Gambar Di Kemasan Rokok Pada Perokok Aktif*", Universitas Jember, 2015.

rokok terhadap sikap untuk berhenti merokok pada perokok dewasa, dan penelitian Abdul Latif yang berjudul gambaran pengetahuan, perhatian, dan sikap mahasiswa terhadap media promosi kesehatan berupa gambar di kemasan rokok pada perokok aktif. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro belum pernah diteliti sebelumnya, khususnya di lembaga IAIN Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambar Kemasan Rokok

1. Pengertian Gambar Kemasan Rokok

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia, gambar adalah tiruan barang (orang, binatang, tumbuhan, dan sebagainya) yang dibuat dengan coretan pensil pada kertas dan sebagainya.[17] Pada umummnya kemasan berfungsi untuk mencegah kerusakan secara fisik, di samping itu kemasan dapat berfungsi sebagai alat komunikasi dengan memberikan keterangan pada kemasan itu tentang cara penggunaan, cara penyimpanan, komposisi isi produk dan lain sebagainya.[18]

Gambar peringatan kesehatan atau *Pictorial Health Warning* adalah satu jenis gambar dan tulisan peringatan kesehatan pada bungkus rokok. Peringatan kesehatan berbentuk gambar bertujuan sebagai strategi pendidikan atau penyuluhan kesehatan masyarakat dan memberikan peringatan kepada pengkonsumi rokok dan seluruh tempat penjualan rokok.[19] Kementerian Kesehatan (Kemenkes) sudah menyosialisasikan lima gambar peringatan bergambar baru. Lima gambar itu adalah kanker mulut, kanker paru-paru dan

---

[17]Tim Penyusun Kamus Besar bahasa Indonesia Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 329.

[18] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), h.190.

[19]Yossie Caesaria,"*Determinan Faktor Phw (Pictorial Health Warning) Terhadap Keputusan Membeli Rokok Pada Remaja Pria Usia 10-14 Tahun Di Kota Pontianak"* (Pontianak: Universitas Muhammadiyah Pontianak).

bronkitis akut, kanker *tenggorokan*, merokok membahayakan anak (ilustrasi bapak menggendong anak sambil merokok). [20]

Dari uraian di atas maka dapat dipahami bahwa gambar kemasan rokok adalah gambar yang terdapat pada kemasan rokok, yang bertujuan untuk memberikan peringatan atau informasi kepada pengkonsumsi rokok.

Gambar Kemasan Rokok

Gambar Orang Merokok Dengan Asap Yang Membentuk Tengkorak

Gambar Kanker Tenggorokan

Gambar Kanker Paru-paru

[20] Stephani Raihana Hamdan, "*Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok*", (Bandung: Universitas Islam Bandung), Vol. 31 No.1 Juni 2015, h.243.

Gambar orang merokok dengan anak didekatnya

Gambar kanker mulut

2. Landasan Hukum Gambar Kemasan Rokok

Dengan semakin meningkatnya angka perokok di Indonesia, maka pemerintah tidak tinggal diam dalam menyikapi hal ini. Pemerintah telah mengatur kebijakan mengenai gambar seram pada kemasan rokok ini yang tertuang pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 pasal 15 ayat 1 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan yang berbunyi, setiap 1 (satu) varian Produk Tembakau wajib dicantumkan gambar dan tulisan peringatan kesehatan yang terdiri atas 5 (lima) jenis yang berbeda, dengan porsi masing-masing 20% (dua puluh persen) dari jumlah setiap varian Produk Tembakaunya.[21]

[21] http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/173643/PP1092012.pdf diunduh pada 10 Juli 2017

Peraturan Pemerintah tersebut selanjutnya ditindak lanjuti dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 pasal 2 tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau yang berbunyi, Pengaturan pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau bertujuan untuk memberikan pedoman bagi pelaku industri Produk Tembakau untuk melaksanakan pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau.[22]

Pemerintah juga mengeluarkan aturan mengenai penayangan iklan maupun promosi untuk produk tembakau yang menjadi sponsor untuk kegiatan pembatasan untuk iklan rokok ini mulai berlaku Juni 2014. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 Pasal 61 menyebutkan ketentuan mengenai pencantuman peringatan kesehatan paling lambat 18 bulan terhitung sejak PP ini diundangkan yaitu tanggal 24 Desember 2012.[23]

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa pemerintah telah mengeluarkan kebijakan terhadap pencantuman gambar kemasan rokok. Kebijakan tersebut tertuang pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 dan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013.

---

[22] http://bprs.kemkes.go.id/v1/uploads/pdffiles/peraturan/26 PMK diunduh pada 10 Juli 2017

[23]Catur Nugroho, "Pengaruh Peringatan Gambar Kesehatan Dan Risiko Yang Dipersepsikan Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok", (Yogyakarta: Universitas Yogyakarta), h. 2.

3. Fungsi dan Tujuan Gambar Kemasan Rokok

Menurut Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012 fungsi dan tujuan gambar kemasan rokok adalah sebagai berikut:

a. Pencantuman peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan tulisan dalam Kemasan Produk Tembakau dimaksudkan untuk mengedukasi dan menginformasikan kepada masyarakat tentang bahaya akibat penggunaan Produk Tembakau secara lebih efektif.
b. Melindungi kesehatan perseorangan, keluarga, masyarakat, dan lingkungan dari bahaya bahan yang mengandung karsinogen dan Zat Adiktif dalam Produk Tembakau yang dapat menyebabkan penyakit, kematian, dan menurunkan kualitas hidup.
c. Melindungi penduduk usia produktif, anak, remaja, dan perempuan hamil dari dorongan lingkungan dan pengaruh iklan dan promosi untuk inisiasi penggunaan dan ketergantungan terhadap bahan yang mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau.
d. Meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat terhadap bahaya merokok dan manfaat hidup tanpa merokok.[24]

Dari uarian di atas maka dapat dipahami bahwa fungsi dan tujuan gambar kemasan rokok adalah untuk menekan jumlah angka konsumsi rokok. Dengan adanya gambar tersebut konsumen lebih memperhatikan dampak dari bahaya merokok bagi kesehatan dan mengurangi konsumsi rokok.

B. Minat Beli Konsumen

1. Pengertian Minat Beli Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan.[25] Minat adalah faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek

[24] http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/173643/PP1092012.pdf diunduh pada 10 Juli 2017

[25] Tim Penyusun Kamus Besar bahasa Indonesia Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 744.

tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.[26]

Konsumen adalah pengguna barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain.[27] Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, setiap penduduk harus membeli, kemudian menggunakan, memakai dan mengkonsumsi berbagai kebutuhan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan yang paling dasar sampai dengan kebutuhan untuk mengaktualisasikan dirinya.[28]

Minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut. Kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.[29] Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen harus melakukan pemecahan masalah. Masalah itu timbul dari kebutuhan yang dirasakan dan keinginannya untuk memenuhi kebutuhan itu dengan konsumsi produk yang sesuai.[30]

---

[26] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, h. 113

[27] *Ibid*., h. 46.

[28] Mulyadi Nitisusatro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif kewirausahaan, (*Bandung: Alfabeta, 2013), h.23.

[29] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.164.

[30]Ristiayanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 226

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa minat beli konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginann

2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

a. Faktor Eksternal

1) Faktor Budaya

Budaya adalah hasil karya cipta manusia yang dihasilkan dan telah dipakai sebagai bagian dari tata kehidupan sehari-hari. Suatu budaya yang dipakai dan diterapkan dalam kehidupan selama periode waktu yang lama akan mempengaruhi pola pembentukan dari suatu masyarakat. Karena itu suatu budaya tidak mungkin untuk dirubah, asalkan ada keinginan dan semnagat kuat untuk melakukan perubahan itu. Dan yang mampu merubahnya adalah manusia itu sendiri. Artinya keinginan kuat dari diri sendiri akan mampu mengubah dan membangun budaya yang salah menjadi budaya yang baik dan benar.[31]

Budaya disekitar lingkungan juga akan mempengaruhi seseorang untuk merokok, apabila dilingkungan sekitar banyak perokok, maka secara tidak langsung berpengaruh terhadap kebiasaan seseorang.

[31] Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 110.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, derta peran dan status sosial.

a) Kelompok acuan

Semua kelompok formal maupun informal yang mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah orang-orang kelompok acuan. Para konsumen mungkin menggunakan produk atau merek untuk mengidentifikasi dengan atau menjadi anggota suatu kelompok. Mereka belajar dari mengamati bagaimana anggota dari kelompok acuab tersebut dalam melakukan konsumsi, dan mereka menggunakan kriteria yang sama untuk membuat keputusan konsumsi.[32]

Kelompok acuan menjadi salah satu faktor seseorang merokok. Kelompok acuan seperti pengaruh teman dan lingkungan sekitar.

b) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Dari orang tua seseorang

[32] Charles W. Lamb & Joseph F. Hair, *Pemasaran*, diterjemahkan olah David Octarevia judul asli *Marketing*., h. 213.

mendapatkan orientasi atas agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri, dan cinta.[33]

Bahkan keluarga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi, karena dianggota keluarga ada yang merokok sehingga tidak menutup kemungkinan akan berpengaruh terhadap anggota kelurga lainnya.

c) Peran dan status

Konsumen berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, misalnya keluarga, klub, organisasi. Kedudukan konsumen dalam kelompok tersebut ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh pelanggan. Masing-masing peran mengharapkan status.[34]

d) Harga

Harga bagi konsumen merupakan pengorbanan yang telah dikeluarkan guna memperoleh produk barang dan atau produk jasa. Bagi konsumen harga dimaknai dengan berbagai macam penafsiran. Penafsiran tersebut antara lain yaitu produk dengan harga yang mahal pasti berkualitas tinggi.[35] Karena harga rokok yang murah dan terjangkau maka seseorang akan mudah mendapatkan produk tersebut.

---

[33] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*,.h. 83.
[34] *Ibid.*, h.84.
[35] Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan.*, h.199-200.

e) Cita Rasa

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Dengan begitu perubahan cita rasa akan mempengaruhi permintaan berbagai jenis barang.[36] Cita rasa rokok yang tetap enak dan ada banyak varian sehingga sehingga menarik konsumen untuk tetap membeli rokok.

b. Faktor Internal

1) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakterisitik tersebut meliputi usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian, dan konsep diri pembeli.

a) Usia dan tahap siklus hidup

Konsumen mengkonsumsi produk yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Perusahaan sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka.[37]

Usia juga mempengaruhi seseorang untuk merokok, seseorang akan memulai merokok ketika menginjak usia remaja atau dewasa.

---

[36] Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 82
[37] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, h. 84.

b) Pekerjaan

Pekerjaan konsumen juga mempengaruhipola konsumsinya. Perusahaan pada umumnya berusaha mengidentifikasikan kelompok profesi yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk mereka. Pemilihan produk juga dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.[38]

c) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri konsumen yang berinteraksi dengan lingkungannya. Perusahaan mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup.[39]

Seorang perokok akan beranggapan bahwa merokok merupakan gaya hidup, dengan merokok mereka akan dianggap modern.

2) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang ada pada diri seseorang sebagian menetapkan perilaku orang tersebut sehingga mempengaruhi perilakunya sebagai konsmen. Faktor psikologis meliputi:

a) Motif

Motifasi dapat diartikan sebagai sumber penggerak bagi setiap konsumen untuk melakukan tindakan agar tujuan dan

[38] *Ibid*,. h.84
[39] Ibid,. h.85

harapan dapat tercapai. Kebutuhan dipandang sebagai penggerak atau pembangkit perilaku. Artinya, jika kebutuhan akibat kekurangan tersebut muncul, individu lebih peka terhadap usaha motifasi para konsumen.[40] Seorang perokok berat maka motifasi terhadap pembelian rokok akan semakin tinggi.

b) Persepsi

Konsumen yang termotivasi siap bertindak, bagaimana tindakan sebenarnya konsumen yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau mengintrepestasikan masukan informasi.[41]

Hampir semua orang mengetahui bahwa merokok itu berbahaya. Akan tetapi ada sebagian beranggapan bahwa dengan merokok akan menenangkan pikiran.

c) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku konsumen yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan.[42]

---

[40] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku konsumen*, h. 82-83.
[41] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, h. 86
[42] *Ibid*,. h. 87.

d) Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Pemasar tertarik pada keyakinan bahwa orang menformulasikan tentang produk dan jasa karena keyakinan ini membuat produk dan merek gambar yang mempengaruhi perilaku membeli. Sedangkan sikap menjelaskan evaluasi seseorang yang relatif konsisten, perasaan dan kecenderungan ke arah suatu objek dan ide. Sikap menempatkan orang-orang ke dalam kerangka pikiran dari menyukai atau tidak menyukai sesuatu.[43]

3. Tahapan Minat Beli Konsumen

Tahapan minat pembelian konsumen dapat dipahami melalui model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller yang tertuang buku Donni Juni Priansa yang berjudul Perilaku Konsumen, yang meliputi perhatian, tertarik, hasrat, dan tindakan.

a. Perhatian *(Attention)*

Tahap perhatian merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Tertarik *(Interest)*

Pelanggan mulai tetarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setalah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

c. Hasrat *(Desire)*

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai

[43] Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.232.

berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

d. Tindakan *(Action)*

Pada tahap tindakan calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.[44]

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen melakukan beberapa tahapan. Tahapan awal adalah pengenalan kebutuan, kemudian konsumen tersebut mencari informasi tehadap barang yang akan dibeli dan tahapan terakhir adalah konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap barang tersebut.

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

a. Minat transaksional

Yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang diinginkan.

b. Minat referensial

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekat untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.

c. Minat preferensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.[45]

---

[44] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*,.h.165

[45]Satria Adhi Wicaksono, *"Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen",* Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015 dalam http://lib.unnes.ac.id diakses 20 Januari 2017

C. Pengaruh Gambar pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen

Isu mengenai peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok di Indonesia sedang hangat dibicarakan. Pemerintah Indonesia menggiatkan program dan kampanye dalam upayanya mengurangi jumlah perokok di Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mewajibkan kepada industri rokok untuk mengganti peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Peringatan bahaya merokok mengalami perubahan dari pesan yang berupa tulisan hingga yang dijumpai sekarang ini berupa visualisasi gambar seram.[46]

Dalam hal memasarkan perusahaan rokok melakukan berbagai cara untuk menarik minat perokok untuk mengkonsumsi rokok yang dijualnya. Mulai dengan iklan menggunakan media televisi, penggunaan billboard, menggunakan bungkus rokok yang menarik.[47] Akan tetapi mulai tanggal 24 Juni 2014 pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan baru mengenai pesan bahaya merokok yang harus tercantum pada kemasan rokok. Kebijakan dengan mencantumkan gambar seram dijadikan sebagai strategi dalam merealisasikan upaya pemerintah mengurangi jumlah perokok.

Seseorang dapat dikatakan sebagai perokok berat apabila menghisap 20 batang rokok dalam sehari, dikatakan sebagai perokok sedang yaitu apabila menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari, dan dikatakan sebagai perokok ringan yaitu apabila orang tersebut menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari. Sementara

---

[46] Sherly Hindra Negoro, *Pembentukan Sikap Oleh Perokok Remaja Melalui Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok, Jurnall Interaksi*, Vol 5 No. 2, Juli 2016, h.1

[47] Stephani Raihana Hamdan, *Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok*, Vol. 31, No.1 Juni, 2015 diunduh pada 10 Agustus 2017, h.

seorang pria dikatakan bukan perokok yaitu apabila tidak pernah merokok satu batang rokok sama sekali.[48]

Alasan pemerintah membuat peraturan tentang kemasan rokok merupakan salah satu upaya untuk menekan jumlah perokok di Indonesia. Jumlah perokok di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar 2013 yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan RI, menunjukkan bahwa jumlah perokok yang berusia diatas 15 tahun mengalami peningkatan dari 34,2% pada 2007 menjadi 36,2% pada 2013.[49]

Ada dua kemungkinan sikap yang akan muncul pada konsumen rokok, yaitu konsumen rokok akan bersikap positif terhadap gambar peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok sehingga sadar bahwa rokok yang dihisapnya akan membahayakan bagi diri pribadinya. Atau bersikap negatif terhadap gambar peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok dengan mengabaikan pengaruh buruk dari rokok yang dihisapnya.[50]

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa, seorang perokok berat minat belinya terhadap rokok akan semakin tinggi, dengan demikian pengaruh gambar kemasan rokok tersebut tidak akan mempengaruhi minat belinya. Sedangkan perokok ringan, minat beli terhadap rokok cenderung sedikit, sehingga ada kemungkinan gambar tersebut akan berpengaruh terhadap minat beli.

---

[48] Ratih Fatma Ardini, *Proses Berhenti Merokok Secara Mandiri Pada Mantan Pecandu Rokok Dalam Usia Dewasa Awal*, Vol. 1 No. 02, Juni 2012 diunduh 12 Juli 2017,.h.2

[49] Sherly Hindra Negoro, *Pembentukan Sikap Oleh Perokok Remaja Melalui Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok, Jurnall Interaksi, Vol 5 No. 2, Juli 2016*

[50] Baskoro Kurniadi, *"Hubungan Antara Sikap Terhadap Label Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok Dengan Intensi Berhenti Merokok"*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2005 dalam http://psychology.uii.ac.id , diakses pada 3 Januari 2018.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *field reseach* (penelitian lapangan) yaitu penelitian yang langsung terjun ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.[51]

Penelitian lapangan ini datanya diperoleh dari informasi yang benar-benar dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermakud menghasilkan data secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat pupolasi atau daerah tertentu.[52] Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan

---

[51] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitaitif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 26.

[52] Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h. 75.

pengertian dan pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus.[53]

Deskriptif kualitatif dalam penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan dan menguraikan situasi atau kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat. Maksutnya adalah penelitian yang diarahkan untuk meneliti realitas tentang bagaimana pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

B. Sumber Data

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan.[54] Proses pengumpulan datanya dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro .

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[55] Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 mahasiswa ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

---

[53] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitaitif.*, h. 5.
[54] S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 143.
[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.148

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* dan dikombinasikan dengan teknik *snowball sampling*. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[56] *Purposive sampling* yaitu dilakukan dengan mengambil orang-orang yang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.[57] Peneliti memiliki kriteria untuk mengambil sampel, yaitu melihat mahasiswa khususnya pria dan yang merokok, baik perokok ringan, sedang dan perokok berat.

Snowbaal sampling adalah teknik penetuan sampel yang dimulai dengan kelompok kecil yang diminta untuk menunjuk kawan masing-masing. Kemudian kawan kawan ini diminta pula menunjukkan kawan masing-masing pula, dan begitu seterusnya sehingga kelompok itu senatiasa bertambah besarnya.[58] Jika tidak ada variasi data baru, maka data diaggap cukup dan tidak perlu ditambah lagi informanya.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder atau sumber data tambahan adalah segala bentuk dokumen, baik dalam tertulis maupun foto. Atau sumber kedua sesudah sumber data primer.[59] Sumber data sekunder juga sebagai penunjang dan perbandingan yang berkaitan dengan masalah. Adapun yang menjadi sumber penunjang

---

[56] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*., h.149.
[57] S. Nasution, *Metode Research*., h.98
[58] *Ibid.*, 99
[59] Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 70

dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal, Kamus Besar Bahasa Indonesia dan sebagainya yang ada kaitannya dengan permasalahan penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.[60] Dalam hal ini peneliti hanya menggunakan teknik pengumpulan data secara wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.[61]

Metode wawancara yang digunakan adalah adalah wawancara semi terstruktur, yaitu peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan dengan pertanyaan kunci untuk memandu jalannya proses tanya jawab wawancara. Pertanyaan disiapkan juga memiliki kemungkinan dikembangkan dalam proses wawancara dilakukan.[62] Sasaran dalam wawancara ini adalah mahasiswa ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro, untuk mengetahui dan menggali informasi tentang pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah 2013 IAIN Metro. Dalam penelitian ini penulis

---

[60] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 62.
[61] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*., h. 186
[62]Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 89.

akan mewawancarai 15 orang mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkaran 2013 IAIN Metro.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber yang memberikan data atau informasi atau fakta kepada peneliti.[63] Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data atau dokumen penting yang ada di IAIN Metro, seperti profil mahasiswa Ekonomi Syariah, dan jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola.[64] Data yang telah terkumpul dianalisis secara induktif dan berlangsung selama pengumpulan data di lapangan, dan dilakukan secara terus menerus.[65]

Berpikir induktif adalah pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum. Proses berpikir inuduktif tidak dimulai dari teori yang bersifat umum, tetapi dari fakta atau data khusus berdasarkan pengamatan lapangan atau pengalaman. Data dan fakta hasil pengamatan disusun, diolah, dikaji, untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang berifat umum.[66] Di dalam

---

[63] *Ibid.*, 93

[64] Lexy J. *Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 248.

[65] Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), h.216.

[66] Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), h. 7.

penerapannya, teknik ini digunakan untuk menganalisis data tentang fakta konkrit yang berupa pengaruh gambar kemasan rokok yang bersifat khusus yang diperoleh dari mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum mengenai pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro

IAIN Metro merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Islam Negeri yang ada di Kota Metro, yang sebelumnya bernama STAIN Jurai Siwo Metro. Tahun 2017 merupakan alih status STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro, Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016. Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Di IAIN Metro terdapat empat Fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah, Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah (FUAD) dan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.[67]

Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat dua jurusan yaitu, Jurusan Ekonomi Syariah dan Jurusan Perbankan Syariah. Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Metro memiliki jumlah mahasiswa 1179 yang aktif di tahun

[67] Profil IAIN Metro

ajaran 2017/2018.[68] Mahasiswa Ekonomi Syariah berasal dari berbagai macam daerah dan latar pendidikan yang berbeda. Jurusan Ekonomi Syariah semakin diminati oleh mahasiswa, karena perkembangan perekonomian di daerah Lampung yang sangat baik, selain itu pelaung Jurusan Ekonomi Syariah yang sangat luas, mudah terserap di dunia kerja, terlebih menjadi wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Setelah penulis melakukan wawancara, jumlah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro adalah berjumlah 217 yang masih aktif kuliah. Yang terdiri dari 86 mahasiswa laki-laki dan 131 mahasiswa perempuan, di sini terlihat banyak mahasiswa perempuan dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki.

Tabel 1.1

Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Ajaran 2017/2018

NO	Tahun	Laki-laki	Perempuan	Total Mahasiswa
1	2007	4	2	6
2	2008	4	2	6
3	2009	2	0	2
4	2010	8	3	11
5	2011	16	15	31
6	2012	15	53	68
7	2013	86	131	217

[68] Dokumen Heregristasi Akademik IAIN Metro

8	2014	52	152	204
9	2015	60	158	218
10	2016	77	132	209
11	2017	65	142	207
Jumlah Mahasiswa				1179

Sumber : Dokumen Heregristasi Akademik IAIN Metro[69]

Dari data di atas, penulis hanya melakukan penelitian terhadap mahasiwa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro khususnya mahasiswa laki-laki. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa yang merokok, yaitu perokok berat, perokok sedang, dan perokok ringan. Hal tersebut dikarenakan keterkaitan dengan judul skripsi yang berhubungan dengan minat beli rokok. Berdasarkan hasil wawancara, dari jumlah 86 mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 diketahui yang merokok adalah sebanyak 45%, yaitu 38 mahasiswa. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dikombinasikan dengan *snowbaal sampling* untuk menetukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam hal ini penulis hanya melakukan wawancara terhadap 15 mahasiswa. Berikut merupakan data mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro yang merokok.

[69] Dokumen Heregristasi Akademik IAIN Metro

Tabel 1.2

Data mahasiswa perokok Ekonomi Syariah angkatan 2013

IAIN Metro

No	Nama	NPM	Jenis Kelamin
1	Ade Hardianto	13102044	Laki-laki
2	Afriyan Arya Saputra	13102074	Laki-laki
3	Andy Pranata	13102234	Laki-laki
4	Ardi Imam Saputra	13102334	Laki-laki
5	Augustono	13102394	Laki-laki
6	Darma Pranata	13102504	Laki-laki
7	Edi Kurniawan	13102724	Laki-laki
8	Eko Apriyandi	13102784	Laki-laki
9	Fian Ariska	13102934	Laki-laki
10	Hendra Wijaya	13103024	Laki-laki
11	Juanda	13103234	Laki-laki
12	Maulana Hakim	13103424	Laki-laki
13	Muid Sidik	13103594	Laki-laki
14	Nasihul Umam	13103624	Laki-laki
15	Rahmat Gangsar Adi Guna	13103944	Laki-laki

Sumber : Wawancara dengan Mahasiswa angkatan 2013 IAIN Metro [70]

Berdasarkan data di atas maka dapat diketahui bahwa mahasiswa Ekonomi Syariah tersebut adalah perokok, di mana dari 15 sampel yang digunakan

[70]Wawancara dengan Mahasiswa angkatan 2013 IAIN Metro, pada 5 Desember 2017

mewakili dari seluruh jumlah populasi yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

B. Pengaruh Gambar Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro

Merokok adalah sebuah bahaya yang akan menyebabkan berbagai penyakit seperti ganguan pernafasan, paru-paru dan lain sebagainya. Akan tetapi jumlah merokok kian meningkat jumlahnya, bahkan dikalangan mahasiswa. Saat ini Indonesia menjadi urutan negara tertinggi di Asia Tenggara yang memiliki jumlah perokok terbanyak. Salah satu alasan rokok menjadi komoditas yang laris antara lain karena harga rokok yang murah dan terjangkau. Jika diperhatikan di setiap jalan, di warung, di tempat-tempat nongkrong, bahkan di kampus sering dijumpai mahasiswa sedang menghisap rokok.

Ade Hardianto mengatakan ia merokok jika merasa ingin merokok saja, merokok bukan sebagai kebiasaan atau kebutuhannya. Bahkan satu bungkus rokok bisa di habiskan dalam waktu satu minggu, ketika merokok ia juga sering sembunyi-sembunyi.[71] Eko Apriyandi juga mengatakan hal demikian merokok bukan sebagai kebiasaan atau kebutuhannya, merokok ketika hanya berkumpul dengan temannya, bahkan ketika di rumah ia tidak berani untuk merokok.[72]

Menurut Muid Sidik dan Fian Ariska mengatakan bahwa dalam sehari ia bisa menghabiskan setengah hingga satu bungkus rokok. Ia memang sudah lama menghisap rokok, merokok bisa sebagai penenang disaat ada masalah pribadi dan kampus. Sebagai mahasiswa ia sangat mengerti tentang dampak buruknya rokok pada

---

[71] Hasil wawancara dengan Ade Hardianto, pada 5 Desember 2017
[72] Hasil wawancara dengan Eko Apriyandi, pada 5 Desember 2017

kesehatan, baik pada kesehatan orang disekitar maupun diri sendiri. Tetapi karena sudah kecanduan, sulit untuk menghentikan kebiasaan tersebut.[73]

Augustono mengatakan bahwa, dalam sehari bisa menghisap rokok satu bungkus, bahkan ketika berkumpul dengan teman ataupun saudara bisa mencapai 2 bungkus dalam sehari. Mulai merokok sejak dari SMP hingga sekarang. Karena rokok yang mudah didapat dan harga rokok yang terjangkau, sehingga tidak menutup kemungkinan akan menghisap rokok setiap harinya.[74] Sedangkan Darma Pranata dan Andy Pranata menghabiskan 2 bungkus rokok dalam sehari, bahkan bisa lebih dan mulai merokok sejak SMA, berbeda dengan Hendra Wijaya ia mulai merokok ketika awal masuk kuliah.[75] Begitu juga dengan Afriyan Arya Saputra, menghabiskan rokok 2 bungkus dalam sehari bahkan bisa lebih.[76] Sebenarnya dengan menghisap rokok akan menimbulkan berbagai macam penyakit, namun karena sudah kecanduan sehingga mengabaikan dampak negatif tersebut. Merokok bisa di mana saja tempatnya, ketika berkumpul dengan teman, di kampus atupun ketika di jalan, bahkan di area kampus.[77]

Tujuan utama pemerintah mewajibkan setiap kemasan rokok harus diberikan gambar kemasan rokok adalah untuk merubah persepsi masyarakat bahwa merokok itu berbahaya untuk kesehatan, sehingga mereka akan mengurangi minat beli terhadap rokok. Gambar yang dicantumkan dalam kemasan rokok yaitu, gambar kanker paru-paru, kanker tenggorokan, kanker mulut, merokok dan kematian, serta peringatan ancaman merokok pada anak-

---

[73]Hasil wawancara dengan Muid Sidik dan Fian Ariska, pada 5 Desember 2017
[74] Hasil wawancara dengan Augustono, pada 5 Desember 2017
[75] Hasil wawancara dengan Hendra Wijaya, pada 5 Desember 2017
[76] Hasil wawancara dengan Afriyan Arya Saputra, pada 5 Desember 2017
[77] Hasil wawancara dengan Maulana Hakim, pada 5 Desember 2017

anak. Gambar-gambar tersebut dipasang sedemikan rupa sehingga terlihat pada setiap kemasan rokok. Sebagai mahasiswa yang paham akan kesehatan, seharusnya mereka mengetahui tujuan pencantuman gambar kemasan rokok tersebut.

Ade Hardianto dan Eko Apriyandi merasa jijik dan risih dengan adanya gambar kemasan rokok, bahkan gambar tersebut disobek atau ditutup dengan kertas yang ada di dalammnya, namun hal demikian tidak mengurangi minat beli terhadap rokok. Baginya gambar kemasan rokok dianggap menakutkan, seperti gambar kanker mulut dan gambar kanker tenggorokan.[78]

Sedangkan Maulana Hakim dan Hendra Wijaya mengatakan gambar kemasan rokok dianggap biasa saja, akan tetapi ia sering memilih gambar yang ada orang tua sedang menggendong anaknya atau orang yang sedang merokok disertai gambar tengkorak kepala, karena dianggap gambar tersebut lebih bagus dibandingkan dengan gambar yang lain.[79] Sebenarnya gambar kemasan rokok tersebut membuat risih, karena gambar seperti itu tidak pantas dicantumkan pada kemasan.[80] Hal tersebut juga dikatakan oleh Rahmat Gangsar Adi Guna, ketika ia membeli rokok lebih sering memilih gambar yang tidak mengerikan.[81]

Awalnya memang sedikit jijik dengan adanya gambar tersebut, namun karena sudah terbiasa melihat sehingga tidak ada pengaruh. Bahkan ketika membeli rokok tidak memperhatikan gambar kemasan rokok, mau ada gambar

---

[78] Hasil wawancara dengan Ade Hardianto, pada 5 Desember 2017

[79] Hasil wawancara dengan Maulana Hakim dan Hendra Wijaya, pada tanggal 6 Desember 2017

[80] Hasil wawancara dengan Muid Sidik dan Juanda, pada 5 Desember 2017

[81] Hasil wawancara dengan Rahmat Gangsar Adi G, pada 6 Desember 2017

yang mengerikan itu tidak berpengaruh untuk ia berhenti membeli rokok. Karena mungkin saat ini belum benar-benar merasakan dampak dari bahaya merokok.[82]

Andy Pranata mengatakan ia mengabaikan gambar kemasan pada rokok tersebut. Merokok sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup baginya, walaupun terdapat gambar kemasan rokok tetapi minat beli terhadap rokok tidak berkurang.[83] Darma Pranata mengatakan bahwa gambar kemasan rokok sedikit menjijikkan, akan tetapi ketika membeli rokok tidak memperhatikan gambar, dikasih rokok yang bergambar kanker paru-paru atau kanker tenggorokan diterima saja. Dengan adanya gambar kemasan rokok, minat beli terhadap rokok semakin tinggi, karena ia semakin berpikir apakah dampak yang ditimbulkan dari rokok akan seperti gambar tersebut. Jadi pencantuman gambar tersebut tidak ada pengaruhnya terhadap konsumsi rokok.[84] Mungkin jika gambar tersebut diganti dengan vidio, itu akan berpengaruh terhadap minat beli. Harapannya buat ke depan gambar kemasan rokok dibuat full, agar konsumen lebih memperhatikan gambar tersebut.[85]

Rokok adalah produk perusahaan yang mempunyai minat beli yang tinggi. Faktor yang mempengaruhi minat beli mahasiswa terhadap rokok yaitu berbeda-beda, faktor tersebut berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli produk maka hal itu akan memperkuat minat beli.

---

[82] Hasil wawancara dengan Augustono, pada 5-6 Desember 2017
[83] Hasil wawancara dengan Andy Pranata, pada 5 Desember 2017
[84] Hasil wawancara dengan Darma Pranata, pada 5 Desember 2017
[85] Hasil wawancara dengan Nasihul Umam, pada 6 Desember 2017

Rahmat Gangsar Adi mulai merokok karena sering bekumpul dengan teman yang merokok sehingga ia menjadi terpengaruh. Saat ini rokok sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup, dengan merokok ia merasa lebih percaya diri jika bersama teman-temannya. Sehingga dengan adanya gambar kemasan rokok tidak berpengaruh terhadap minat beli.[86] Menurut Juanda dan Ardi Imam Saputra awalnya ia merokok karena dipengaruhi oleh teman. Namun karena rasanya yang enak membuat ia ketagihan untuk merokok. Baginya, tidak ada pengaruh antara gambar kemasan rokok terhadap pembelian. Karena harga rokok yang terjangkau, jika harga rokok dinaikkan mungkin akan berpengaruh terhadap pembelian.[87] Berbeda dengan Edi Kurniawan dan Ardi Imam Saputra karena di keluarganya ada yang merokok, sehingga ia terpengaruh. Hingga saat ini ia tidak bisa berhenti untuk membeli rokok.[88]

Menurut Muid Sidik, ia berpikir bahwa dengan merokok akan lebih menemukan inspirasi, ide-ide dan motivasi. Merokok juga akan menenangkan pikiran ketika sedang ada masalah.[89] Pendapat Maulana Hakim sama dengan pendapat Muid Sidik jika ia merokok akan menambah kesenangan dan dapat menghilangkan perasaan tidak enak.[90] Sedangkan Afriyan Arya Saputra mengatakan dengan merokok akan menghilangkan rasa lelah, bahkan bisa mendatangkan inspirasi dan gagasan.[91]

---

[86] Hasil wawancara dengan Ramhat Gangsar Adi, pada 6 Desember 2017
[87] Hasil wawancara dengan Juanda dan Ardi Imam Saputra, pada 6 Desember 2017
[88] Hasil wawancara dengan Edi Kurniawan dan Ardi Imam S, pada 6 Desember 2017
[89] Hasil wawancara dengan Muid Sidik, pada 5 Desember 2017
[90] Hasil wawancara dengan Maulana Hakim, pada 5 Desember 2017
[91] Hasil wawancara dengan Afriyan Arya Saputra, pada 5 Desember 2017

Seseorang dapat dikatakan sebagai perokok berat apabila menghisap 20 batang rokok dalam sehari, dikatakan sebagai perokok sedang yaitu apabila menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari, dan dikatakan sebagai perokok ringan yaitu apabila orang tersebut menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari.

Dari hasil wawancara diperoleh data mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro yang merokok, adalah sebagai berikut:

NO	NAMA	Merokok Perhari	Mulai Merokok	Keterangan
1	Ade Hardianto	3 batang	5 tahun	Perokok ringan
2	Eko Apriyandi	4 batang	4 tahun	Perokok ringan
3	Muid Sidik	10 batang	3 tahun	Perokok sedang
4	Edi Kurniawan	12 batang	3 tahun	Perokok sedang
5	Juanda	14 batang	6 tahun	Perokok sedang
6	Ardi Imam S	11 batang	3 tahun	Perokok sedang
7	Hendra Wijaya	12 batang	4 tahun	Perokok sedang
8	Augustono	16 batang	7 tahun	Perokok berat
9	Nasihul Umam	15 batang	3 tahun	Perokok berat
10	Rahmat Gangsar Adi	16 batang	5 tahun	Perokok berat
11	Afriyan Arya S	20 batang	4 tahun	Perokok berat
12	Maulana Hakim	16 batang	4 tahun	Perokok berat
13	Andy Pranata	15 batang	5 tahun	Perokok berat
14	Fian Ariska	18 batang	4 tahun	Perokok berat
15	Darma Pranata	22 batang	6 tahun	Perokok berat

Sumber: Wawancara mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa jawaban mahasiswa cenderung tidak berbeda atau memiliki kesamaan persepsi antara responden satu dengan yang lainnnya. Merokok memang sudah menjadi kebiasaan dan kebutuhan mahasiswa. Pencantuman gambar kemasan rokok dianggap menjijikkan oleh perokok ringan, bahkan gambar tersebut disobek atau ditutup. Namun gambar kemasan dianggap biasa saja oleh perokok berat.

Awalnya gambar tersebut memang terlihat mengerikan, akan tetapi lama-kelamaan gambar tersebut tidak ada pengaruhnya. Sebagian dari mahasiswa Ekonomi Syariah 2013 ketika membeli rokok memilih gambar yang tidak mengerikan seperti gambar orang yang sedang menggendong anak atau gambar orang merokok disertai dengan tengkorak, bahkan mereka menyobek atau menutup gambar kemasan tersebut. Faktor yang mempengaruhi minat beli mahasiswa terhadap rokok adalah faktor budaya, faktor sosial, harga, cita rasa, gaya hidup, motifasi, dan dan persepsi.

C. Analisis Pengaruh Gambar Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro

Salah satu kebijakan pemerintah untuk menekan angka konsumsi rokok yaitu dengan cara mencantumkan gambar peringatan pada kemasan rokok. Karena, peredaran rokok semakin tahun semakin tinggi, dari kaum tua, muda hingga merambah ke anak-anak. Dengan demikian Pemerintah mengeluarkan peraturan tentang pencantumaan gambar kemasan rokok. Hal itu tertuang pada Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Semua produksi rokok di Indonesia saat ini telah menerapkan peraturan tersebut. Dengan adanya pencantuman gambar kemasan rokok diharapkan semua konsumen rokok memperhatikan gambar tersebut, sehingga konsumen akan mengurangi minat beli.

Setelah penulis melakukan reseach di IAIN Metro mengenai pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah 2013 IAIN Metro. Ada 2 mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka memperhatikan

gambar kemasan rokok, gambar tersebut dianggap menjijikkan dan menakutkan. Gambar kemasan rokok tersebut disobek ataupun ditutup dengan bagian kertas dalam, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap berkurangnya minat terhadap rokok.

Sedangkan 5 mahasiswa mengatakan bahwa ketika membeli rokok mereka memilih gambar orang yang sedang menggendong anak atau gambar orang merokok disertai dengan tengkorak. Karena gambar tersebut dianggap tidak mengerikan dan menakutkan, berbeda dengan gambar kemasan yang lain. Sedangkan 8 mahasiswa mengatakan bahwa, awalnya saat gambar kemasan tersebut mulai diterapkan, mereka sedikit jijik dengan gambar kemasan rokok tersebut. Namun lama kelamaan karena sudah terbiasa dengan gambar tersebut mereka mengabaikan gambar kemasan rokok, ada atau tidaknya gambar kemasan tersebut tidak akan mempengaruhi minat beli. Minat beli mahasiswa terhadap rokok dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal atau faktor eksternal.

Faktor internal adalah segala sesuatu yang ada pada diri seseorang dan tidak terpengaruh oleh orang lain, maka keputusan membeli pada konsumen itu didasarkan pada diri sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi minat beli mahasiswa terhadap rokok adalah, persepsi, gaya hidup, dan motivasi. Menurut mereka, dengan merokok akan menambah rasa percaya diri mereka, menimbulkan kesenangan dan ketenangan, menghilangkan rasa lelah, bahkan merokok sudah menjadi gaya hidup.

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat beli mahasiswa seperti faktor budaya, sosial, keluarga, harga dan cita rasa. Faktor sosial menjadi

faktor mahasiswa merokok, hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara sebagian mahasiswa yang merokok karena bujukan atau pengaruh teman dan lingkungan sekitar, bahkan keluarga menjadi salah satu faktor terhadap merokok seseorang. Namun dalam hal ini faktor budaya bisa dikatakan sebagai faktor internal dan faktor eksternal, budaya merupakan suatu kebiasaan. Jika kebiasaan tersebut berasal dari dalam diri seseorang maka budaya tersebut sebagai faktor internal. Sedangkan jika kebiasaan berasal dari lingkungan sekitar maka budaya sebagai faktor ekstrenal. Karena harga rokok yang murah yang masih bisa terjangkau, dan cita rasa rokok tetap enak, maka mahasiswa akan tetap membeli rokok. Akan tetapi faktor yang lebih dominan terhadap minat beli rokok mahasiswa adalah faktor sosial yaitu kelompok acuan, faktor budaya dan gaya hidup.

Seorang perokok berat, minat beli terhadap rokok akan semakin tinggi, dengan demikian gambar pada kemasan rokok tidak akan berpengaruh. Sebaliknya, seorang perokok ringan, minat beli terhadap rokok akan sedikit, sehingga gambar kemasan rokok tersebut akan berpengaruh terhadap minat beli. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa seorang perokok ringan, akan mengurangi minat beli rokoknya karena pengaruh gambar kemasan tersebut. Pengaruh gambar kemasan rokok terhadap minat beli mestinya sangatlah penting. Karena dengan adanya gambar tersebut, telah memberi peringatan bahwa rokok berbahaya bagi kesehatan. Ketika gambar kemasan rokok tersebut berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa, maka mahasiswa tersebut bersikap positif terhadap pencantuman gambar kemasan rokok. Artinya mereka sadar bahwa rokok yang dihisapnya akan membahayakan bagi dirinya. Sedangkan ketika

mahasiswa mengabaikan gambar kemasan rokok tersebut, maka gambar tersebut bersikap negatif karena minat beli mereka tetap.

Namun pada realitanya kebijakan pemerintah tentang pencantuman gambar kemasan rokok tersebut belum sepenuhnya berjalan dengan efektif. Tidak banyak mahasiswa yang memperhatikan gambar kemasan rokok, karena merokok sudah menjadi kebutuhan dan kebiasaan dikalangan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro. Minat beli mahasiswa terhadap rokok dikatakan sebagai minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang diinginkan. Walaupun terdapat gambar kemasan rokok mahasiswa akan mengabaikannya dan tetap membeli rokok tersebut karena rokok sudah menjadi kebutuhan. Sehingga susah untuk meninggalkan kebiasaan tersebut, mungkin saat ini belum merasakan dampak yang ditimbulkan dari rokok. Cita rasa yang enak dan harga yang terjangkau memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan rokok.

Perokok ringan lebih memperhatikan gambar kemasan tersebut, namun tidak mengurangi minta beli. Berbeda dengan perokok berat gambar tesebut dianggap biasa saja, bahkan tidak ada pengaruhnya. Minat beli terhadap rokok dikalangan mahasiswa masih tinggi, dengan demikian pencantuman gambar kemasan rokok tidak berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa pencantuman gambar pada kemasan rokok belum berjalan efektif. Tidak banyak dari mahasiswa yang memperhatikan gambar kemasan rokok tersebut. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pencantuman gambar kemasan rokok terhadap minat beli. Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 memutuskan untuk tetap membeli rokok, walaupun sudah ada gambar peringatan pada kemasan rokok tersebut.

Dari 15 mahasiswa yang peneliti wawancarai hanya 2 mahasiswa yang memperhatikan gambar kemasan rokok dan menyobek gambar kemasan tersebut, namun hal ini tidak berpengaruh terhadap minat beli mereka. Merokok sudah menjadi kebutuhan sehari hari, pencantuman gambar kemasan rokok dianggap biasa oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro. Gambar pada kemasan rokok awalnya memang mengerikan dan menjijikkan, namun karena sudah terbiasa gambar tersebut dihiraukan. Bahkan sebagian dari mereka menjadi semakin tertarik untuk membeli rokok, karena semakin berpikir apakah dampak yang ditimbulkan dari rokok akan seperti gambar kemasan tersebut.

Minat beli terhadap rokok dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor yang mempengaruhi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro adalah faktor budaya, faktor

sosial, harga, cita rasa, gaya hidup, motifasi, dan dan persepsi. Faktor dominan yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap rokok adalah faktor budaya Minat beli mahasiswa terhadap rokok dikatakan sebagai minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang diinginkan. Walaupun terdapat gambar kemasan rokok mahasiswa akan mengabaikannya dan tetap membeli rokok tersebut karena rokok sudah menjadi kebutuhan. Minat beli rokok dikalangan mahasiswa masih tetap tinggi, sehingga pencantuman gambar kemasan rokok tidak berpengaruh terhadap minat beli Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro.

B. Saran

1. Sebaiknya mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Metro agar lebih memperhatikan gambar kemasan rokok, sehingga mengurangi minat beli terhadap rokok tersebut. Sebagai seseorang yang paham akan pendidikan, diharapkan mereka lebih memilah produk yang berdampak buruk terhadap kesehatan.
2. Untuk ke depannya agar gambar peringatan tersebut dibuat full pada kemasan, tidak hanya 20%. Sehingga konsumen akan lebih memperhatikan gambar tersebut ketika akan membeli rokok.

DAFTAR PUSTAKA

Baskoro Kurniadi. "*Hubungan Antara Sikap Terhadap Label Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok Dengan Intensi Berhenti Merokok",* Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2005 .

Buchari Alma. *Pengantar Bisnis*.Bandung: Alfabeta, 2013.

Catur Nugroho. *Pengaruh Peringatan Gambar Kesehatan Dan Risiko Yang Dipersepsikan Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok*. Yogyakarta: UNY, 2015.

Charles W. Lamb & Joseph F. Hair. *Pemasaran*, diterjemahkan olah David Octarevia judul asli *Marketing*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Diyono, "*Hubungan Persepsi Terhadap Label Peringatan Bahaya Rokok Pada Kemasan Rokok Dengan Kebiasaan Merokok",* Vol. 4 No.1 Maret 2016.

Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

http://bprs.kemkes.go.id/v1/uploads/pdffiles/peraturan/26 PMK

http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/173643/PP1092012.pdf

Harman Malau. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Irham Fahmi. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitaitif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Mulyadi Nitisusatro. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif kewirausahaan.* Bandung: Alfabeta, 2013.

Nana Sudjana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah.* Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.

Rahayu Indah. *Perilaku Mahasiswa Kedokteran Terhadap Gambar Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok,*. Pekanbaru : Universitas Bina Widya, Vol. 2 No.2 - Oktober 2015.

Ratih Fatma Ardini, *Proses Berhenti Merokok Secara Mandiri Pada Mantan Pecandu Rokok Dalam Usia Dewasa Awal*, Surabaya: Universitas Airlangga Surabaya, Vol. 1 No. 02

Ristiayanti Prasetijo. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.

S. Nasution.*Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara, 2014.

Sadono Sukirno. *Mikroekonomi Teori Pengantar.* Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Satria Adhi Wicaksono. *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen.* Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015.

Sherly Hindra Negoro, "*Pembentukan Sikap Oleh Perokok Remaja Melalui Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok"*, *Jurnal Interaksi*, Vol 5 No. 2, Juli 2016.

Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.

Stephani Raihana Hamdan, "*Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok*", (Bandung: Universitas Islam Bandung), Vol. 31 No.1 Juni 2015

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*.Bandung: Alfabeta, 2013.

Sumardi Suryabrata. *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.

Tim Penyusun Kamus Besar bahasa Indonesia Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian*.Bandung: PT Refika Aditama, 2012.

Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Yossie Caesaria, "*Determinan Faktor Phw (Pictorial Health Warning) Terhadap Keputusan Membeli Rokok Pada Remaja Pria Usia 10-14 Tahun Di Kota Pontianak",* Pontianak: Universitas Muhammadiyah Pontianak.

KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016 Metro, 17 Oktober 2016
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Drs. Tarmizi M.Ag
2. Wahyu Setiawan, M.Ag
di –
Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama	:	Dian Febrianti
NPM	:	13102604
Jurusan	:	Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah (ESy)
Judul	:	Pengaruh Gambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Dosen Jurusan Syariah Stain Jurai Siwo Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
   a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan

Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Dian Febrianti** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102604 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1			Bab IV : B dibuat berdasarkan [illegible] teori → sesuai dg [illegible] penelitian.. C. Analisis; gunakan teori yg ada / yg diajukan.	
2	Rabu, 3 Januari 2018			
3.	10 Januari 2018		Acc : dipersiapkan utk munaqasyah.	

Dosen Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Dian Febrianti** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102604 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5 Desember 2017	✓	Dokumentasi kau perlu bagian apa perlu / tak. – gambarkan indektif sby teknik analisis kau.	
		✓	Bab III di perbaiki sesuai petunjuk.	
		✓	Acc – Bab I – III. Dituntaskan sby riset lapangan.	
	Jum'at 29 Desember 2017		– Tabel diberikan sumber berikan mana yg termasuk perbab berapa sby dan range.	

Dosen Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Febrianti
NPM : 13102604
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 20 Desember 2017	✓	- acc Bab IV - V untuk bimbing dg Pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs.

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Dian Febrianti** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102604 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 15 Desember 2017		- Istilah konsumsi rokok perlu diperhitungkan, diganti dengan kata lain yang lebih familiar. - Perhatikan kembali jarak antar paragraf. - Cantumkan footnote di setiap analisis. Data di dapat dari siapa saja, walaupun tanpa cuplikan. - Kesimpulan tidak usah terlalu panjang. fokuskan penelitian. Untuk menjawab pertanyaan penelitian secara singkat.	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs.

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Dian Febrianti** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102604 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 13 Desember 2017		- Seharusnya deskripsi profil mahasiswa Esy 2013. Kalaupun membahas sejarah IAIN, sebagian kecil saja. - Data mahasiswa harus diolah. misalnya total mahasiswa, Jenis kelamin, asal sekolah. Itupun adanya di sub bab pertama. - Pemaparan data jangan wawancara satu persatu Informa. Buat tema atau topik tertentu dari hasil wawancara. Uraian selanjutnya bisa pernyataan dari beberapa Informa.	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs.

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Dian Febrianti** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102604 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 5 September 2017	✓	- Singkronkan judul penelitian dg Pertanyaan penelitian - Penelitian relevan: bangun dari objek, permasalah, Hasil ny. - Beri kan fotocopy prts penelitian relevan (7-8) - Bedakan dg peneliti pertama. (Persama & Perbedaan) - Teori tg gambar kerasa Perbedaan di tulis u BM. Ukurny Bab II: Kutipan dg ganti sencerny, diberi foot note Acc. Bab II.	
	Senin, 25 September			

Dosen Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki hajar Dewantara 15A Iring Mulyo 34111Telp.(0725) 41507, Fax (0725) 447296
Email: stain metro@yahoo.Com **websit. www.stain.metro.ac.id**

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Febrianti Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 13102604 Semester/ TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 4 Agustus 2017	✓	Latar Belakang Masalah awali dg Rahmat – pen cegahan – vu. Bahan – teori – gambar...	
	Selasa 15 Agustus 2017	✓	Sebaiknya – posisikan – Masuk kajian sebelumnya minat beli. – Penelitian Relevan. di ungkap persamaan & perbedaan dg hasil. – Teori yg di sertakan dg apa yg akan di-kaji. – Jurnal dikurangi thn 2013 IAIN/STAIN perlu pengecekan yg baru. Latar Belakang	

Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP.19601217 199003 1 002

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki hajar Dewantara 15A Iring Mulyo 34111Telp.(0725) 41507, Fax (0725) 447296
Email: stain metro@yahoo.Com websit. www.stain.metro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Febrianti Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 13102604 Semester/ TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 19.7.17	✓	- acc APD untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP.19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki hajar Dewantara 15A Iring Mulyo 34111Telp.(0725) 41507, Fax (0725) 447296
Email: stain metro@yahoo.Com websit. www.stain.metro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Febrianti Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 13102604 Semester/ TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 6 Juni 2017	✓	- acc outline untuk bimbingan dg Pembimbing I - Perbaiki APD. Susun berdasar kerangka teori yg telah dibuat. spt terkait tanggapan & respon informan terhadap gambar. - Acc Bab I-III	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP.19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Dian Febrianti
NPM. 13102604

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website:* www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail:* febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0842/In.28/D.1/TL.00/08/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
REKTOR IAIN METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0846/In.28/D.1/TL.01/08/2017, tanggal 08 Agustus 2017 atas nama saudara:

Nama	: **DIAN FEBRIANTI**
NPM	: 13102604
Semester	: 9 (Sembilan)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di IAIN METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Agustus 2017
Wakil Dekan I,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199603 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0846/In.28/D.1/TL.01/08/2017

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**DIAN FEBRIANTI**
NPM	:	13102604
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di IAIN METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 08 Agustus 2017

Mengetahui,
Pejabat Setempat

TRI PRAMASETIA.

Wakil Dekan I,

Siti Zulaikha S.Ag, MH.
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1367/In.28/S/OT.01/12/2017

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: DIAN FEBRIANTI
NPM	: 13102604
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13102604.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 27 Desember 2017
Kepala Perpustakaan,

Drs. Mokhtarid Sudin, M.Pd.
NIP. 195809311981031001

PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK

TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH

ANGKATAN 2013 IAIN METRO

(OUTLINE)

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah
B. Petanyaan Penelitian
C. Pembatasan Masalah
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
E. Penelitian Relevan
BAB II LANDASAN TEORI
A. Gambar Kemasan Rokok
1. Pengertian Gambar Kemasan Rokok
2. Landasan Hukum Gambar Pada Kemasan Rokok
3. Fungsi dan Tujuan Kemasan Rokok
B. Minat Beli Konsumen
1. Pengertian Minat Beli Konsumen
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

3. Tahapan Minat Beli Konsumen
C. Pengaruh Gambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian
B. Sumber Data
C. Teknik Pengumpulan Data
D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Profil Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro
B. Pengaruh Gambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro
C. Analisis Pengaruh Gambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Metro

BAB V KESIMPULAN
A. Kesimpulan
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Juni 2017

Penulis

Dian Febrianti

NPM. 13102604

Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag

NIP. 19601217 199003 1 002

Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag

198005 16 200501 1 008

PENGARUH GAMBAR KEMASAN ROKOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2013 IAIN METRO

ALAT PENGUMPUL DATA

(APD)

A. Wawancara

Wawancara Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013

1. Sudah berapa lama anda merokok?
2. Berapa bungkus anda menghabiskan rokok dalam sehari?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai gambar kemasan rokok?
4. Apakah ketika membeli rokok anda memperhatikan gambar kemasan rokok tersebut?
5. Dengan adanya kebijakan pencantuman gambar kemasan rokok, apakah anda merasa risih ketika membeli rokok, apa alasannya?
6. Apakah faktor yang mempengaruhi minat beli anda terhadap rokok?
7. Setelah adanya gambar kemasan rokok seberapa besar minat beli anda terhadap rokok?

B. Dokumentasi

1. Profil mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro
2. Data mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro

Metro, Juli 2017

Penulis

Dian Febrianti

NPM. 13102604

Pembimbing I

Drs. Tarmizi, M.Ag

NIP. 19601217 199003 1 002

Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag

19800516 200501 1 008

DATA MAHASISWA AKTIF JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAK. EKONOMI DAN BISNIS ISLAM ANGKATAN 2013

NPM	Nama Mahasiswa	Program Studi	Status Mahasiswa	Tahun Masuk
13113244	ABDUL AZIZ ASHSHIDIQI	ESy	Aktif	2013
13102024	ABDUL MUKHLIS	ESy	Aktif	2013
13102034	ADE GUNARDO	ESy	Aktif	2013
13102044	ADE HARDIANTO	ESy	Aktif	2013
13102054	ADE KURNIAWAN	ESy	Aktif	2013
13102074	AFRIYAN ARYA SAPUTRA	ESy	Aktif	2013
13102084	AGUS AHMAD ROZI	ESy	Aktif	2013
1502040213P	AGUS MULYONO	ESy	Aktif	2013
13102094	AHMAD DANI	ESy	Aktif	2013
13102114	AHMAD SYARIFUL MUBAROQ	ESy	Aktif	2013
13102124	AJAD SUDRAJAD	ESy	Aktif	2013
13102134	AKHMAD ERWIN HARDIANTO	ESy	Aktif	2013
13102144	ALDI JAYA	ESy	Aktif	2013
13102164	AMINATUS SHOLEKAH	ESy	Aktif	2013
13102174	AMIR MAHMUD	ESy	Aktif	2013
13102184	ANA NILASARI	ESy	Aktif	2013
13102194	ANA NUR HASANAH	ESy	Aktif	2013
13102204	ANA SYAROFATUN	ESy	Aktif	2013
13102224	ANDRIYANA RAHMAWATI	ESy	Aktif	2013
13102234	ANDY PRANATA	ESy	Aktif	2013
13102244	ANISA	ESy	Aktif	2013
13102254	ANISA DITA LARASATI	ESy	Aktif	2013
13102294	ANITA SARI	ESy	Aktif	2013
13102304	ANJAR PRAYOGI	ESy	Aktif	2013
13102334	ARDI IMAM SAPUTRA	ESy	Aktif	2013
13102344	ARDIANSYAH	ESy	Aktif	2013
13102354	ARIESTI WULANDARI	ESy	Aktif	2013
13102374	ASIH NURVITASARI	ESy	Aktif	2013
13102384	ASTO WAHONO SETIO	ESy	Aktif	2013
1502040214P	ASYROFI	ESy	Aktif	2013
13102394	AUGUSTONO	ESy	Aktif	2013
13102404	AULIA SAFITRI	ESy	Aktif	2013
13102414	AVEN SUWENO	ESy	Aktif	2013
13102424	AYU PANDRAITI	ESy	Aktif	2013
13102434	AZIZ BACHTIAR ADE LUTHFI	ESy	Aktif	2013
13102444	BAGUS DWI PERMANA	ESy	Aktif	2013
13102454	BEKTI ANGGRAINI	ESy	Aktif	2013
13102464	BERLIAN INDAH CAHYANI	ESy	Aktif	2013
13102474	BUDI NUROHMAN	ESy	Aktif	2013
13102484	BUDI SANTOSO	ESy	Aktif	2013
13102494	DAINA SARI	ESy	Aktif	2013
13102504	DARMA PRANATA	ESy	Aktif	2013
13102524	DESTYANA	ESy	Aktif	2013
13102534	DEVI AGUSTIA	ESy	Aktif	2013
13102544	DEVI CAHYA PURNAMA	ESy	Aktif	2013
13102554	DEWI EKA WATI	ESy	Aktif	2013
13102604	DIAN FEBRIANTI	ESy	Aktif	2013
13102624	DIANA SUSANTI	ESy	Aktif	2013
13102634	DIAR ASSLIH SHAKNANA	ESy	Aktif	2013
13102644	DIMAS RAIS UTOMO	ESy	Aktif	2013
13102494	DAINA SARI	ESy	Aktif	2013
13102504	DARMA PRANATA	ESy	Aktif	2013
13102524	DESTYANA	ESy	Aktif	2013

13102534	DEVI AGUSTIA	ESy	Aktif	2013
13102544	DEVI CAHYA PURNAMA	ESy	Aktif	2013
13102554	DEWI EKA WATI	ESy	Aktif	2013
13102604	DIAN FEBRIANTI	ESy	Aktif	2013
13102624	DIANA SUSANTI	ESy	Aktif	2013
13102634	DIAR ASSLIH SHAKNANA	ESy	Aktif	2013
13102644	DIMAS RAIS UTOMO	ESy	Aktif	2013
13102664	DODIK HERMAWAN	ESy	Aktif	2013
13102674	DWI NANDA BERNI SAGITA	ESy	Aktif	2013
13102694	DWI NUGROHO	ESy	Aktif	2013
13102704	DWI SUKAMTI	ESy	Aktif	2013
13102714	DWIMAS ARIANTO	ESy	Aktif	2013
13102724	EDI KURNIAWAN	ESy	Aktif	2013
13102734	EKA MAYA RETNO SAFITRI	ESy	Aktif	2013
13102744	EKA NURINDAH SARI	ESy	Aktif	2013
13102754	EKA SEPTIANINGSIH	ESy	Aktif	2013
13102764	EKA YUNI REVIANTI	ESy	Aktif	2013
13102774	EKO ADE SETIAWAN	ESy	Aktif	2013
13102784	EKO APRIYANDI	ESy	Aktif	2013
13102814	ELMAN DARMANSYAH	ESy	Aktif	2013
13102824	ELVAN FIRMANSYAH	ESy	Aktif	2013
13102844	ENDAH FINANCIEN	ESy	Aktif	2013
13102874	ERVINA SINDY	ESy	Aktif	2013
13102884	ETIK SUNDARI	ESy	Aktif	2013
13102894	EVA YULIYANTI	ESy	Aktif	2013
13102914	FARID ANANG NUGROHO	ESy	Aktif	2013
13102924	FERDINA OCTARIA	ESy	Aktif	2013
13102934	FIAN ARISKA	ESy	Aktif	2013
13102944	FITRI LESTARI	ESy	Aktif	2013
13102954	FITRI YANI	ESy	Aktif	2013
13102964	GALIH SAPUTRA	ESy	Aktif	2013
13102984	HAMZAH NUR FADIL	ESy	Aktif	2013
13102994	HANA SAPUTRI	ESy	Aktif	2013
13103004	HARIS MUNANDAR	ESy	Aktif	2013
13103014	HENDRA BAGUS KURNIAWAN	ESy	Aktif	2013
13103024	HENDRA WIJAYA	ESy	Aktif	2013
13103044	HERLI ANGGARA	ESy	Aktif	2013
13103094	IDA FITRIANI	ESy	Aktif	2013
13103104	IMAM FACHRUR ROZI	ESy	Aktif	2013
13103114	INA SETIA SARI	ESy	Aktif	2013
13103124	INDAH TRI OKTAVIA	ESy	Aktif	2013
13103134	INDAH WAHYUNI	ESy	Aktif	2013
13103144	INTAN DANISA	ESy	Aktif	2013
13103164	IRA FARLINA ROISAH SANI	ESy	Aktif	2013
13103174	IRFAN MAULANA	ESy	Aktif	2013
13103184	IRFAN NANDA	ESy	Aktif	2013
13103194	ISWATUN KHASANAH	ESy	Aktif	2013
13103204	ITA APRILIA	ESy	Aktif	2013
13103234	JUANDA	ESy	Aktif	2013
13103244	KHUFYAH ROBE' NUR	ESy	Aktif	2013
13103254	LAILA MAUIZHATUL HASANAH	ESy	Aktif	2013
13103274	LIA ARIYANTI SUSMAN	ESy	Aktif	2013
13103284	LIA GUSTINA	ESy	Aktif	2013
13103314	LILIK MARTIN UTAMI	ESy	Aktif	2013
13103324	LILIS FATIMAH	ESy	Aktif	2013
13103344	LIVIA INDRIANI	ESy	Aktif	2013
13103354	LOLA ASTIA ARNI	ESy	Aktif	2013
1502040215P	LUKMAN HAKIM	ESy	Aktif	2013
13103364	LULUK NUR JANAH	ESy	Aktif	2013

13103374	M SHOLEH SURYADI	ESy	Aktif	2013
13103404	MAHFUDZ LUTHFI	ESy	Aktif	2013
13103424	MAULANA HAKIM	ESy	Aktif	2013
13103434	MEDY ARISTIAN	ESy	Aktif	2013
13103444	MEGA JULIA	ESy	Aktif	2013
13103454	MEGA PURNAMASARI	ESy	Aktif	2013
13103464	MEGAWATI ALFIAN	ESy	Aktif	2013
13103484	MELISA PANDOLAWATI	ESy	Aktif	2013
13103494	MERLY CAHYA PUTRI	ESy	Aktif	2013
13103514	METALIAS TRI SYAH PUTRI	ESy	Aktif	2013
13103524	MUHAMMAD ADI SULFANA	ESy	Aktif	2013
13103544	MUHAMMAD IDI KURNIADI	ESy	Aktif	2013
13103554	MUHAMMAD MUARIF	ESy	Aktif	2013
13103564	MUHAMMAD SYAIFUL BAHRI	ESy	Aktif	2013
13103574	MUHAMMAD TOIFUR ROHMAN	ESy	Aktif	2013
13103584	MUHAMMAD ZULFIKAR	ESy	Aktif	2013
13103594	MUID SIDIK	ESy	Aktif	2013
13103604	MUNTOWIF	ESy	Aktif	2013
13103614	NADZIF FAJAR FUADI	ESy	Aktif	2013
11127944	NANANG SEPTIADI	ESy	Aktif	2013
13103624	NASIHUL UMAM	ESy	Aktif	2013
13103634	NAVIRA RIZKY PERDANA	ESy	Aktif	2013
13103644	NGAIN NAINI NANGIMAH	ESy	Aktif	2013
13103654	NORRA ANGGREINI	ESy	Aktif	2013
13103674	NUNING NUR JANNAH	ESy	Aktif	2013
13103694	NUR AZIZAH	ESy	Aktif	2013
13103744	NUR SALIM	ESy	Aktif	2013
13103724	NURIL ANWAR	ESy	Aktif	2013
13103734	NURJANAH	ESy	Aktif	2013
13103774	NURUL ISTIANAH	ESy	Aktif	2013
13103814	PEPTIANA WAHYUNI	ESy	Aktif	2013
13103834	POPI SARI	ESy	Aktif	2013
13103894	PUTRI RAHMADANI	ESy	Aktif	2013
13103904	QURNIA NURBAITI	ESy	Aktif	2013
13103914	R.SETIA ASTUTI	ESy	Aktif	2013
13103924	RACHMAT PRIAMBADA	ESy	Aktif	2013
13103944	RAHMAD GANGSAR ADI GUNA	ESy	Aktif	2013
13103954	RAHMAWATI DEWI	ESy	Aktif	2013
13103964	RAKA AJI RIZKI RAMADHAN	ESy	Aktif	2013
13103984	RANI OKTAVIA	ESy	Aktif	2013
13103994	RANTI SUCI LESTARI	ESy	Aktif	2013
13104004	RAWINDA ARTININGTYAS	ESy	Aktif	2013
13104014	RENDI PURNIANTO	ESy	Aktif	2013
13104024	RENI SUSILOWATI	ESy	Aktif	2013
13104034	RENNY WAHYU UTAMI	ESy	Aktif	2013
13104044	RENY ASTUTI	ESy	Aktif	2013
13104054	RESTY ANGGELLA	ESy	Aktif	2013
13104064	RESVALDO NURUL SEFRIAWAN	ESy	Aktif	2013
13104074	REZA RIZKI PAHLEVI	ESy	Aktif	2013
13104084	RIA AGUSTINA	ESy	Aktif	2013
13104094	RIA APRICILIA	ESy	Aktif	2013
13104114	RIAN EFENDI	ESy	Aktif	2013
13104124	RICKY HARIYADI	ESy	Aktif	2013
13104134	RIF'ATUL MUZAYYANAH	ESy	Aktif	2013
13104144	RIMA MELATI	ESy	Aktif	2013
13104154	RINI ERNAWATI	ESy	Aktif	2013
13104164	RINTIUS FRISKA YUNINGSIH	ESy	Aktif	2013
13104174	RIRIN DIANAWATI	ESy	Aktif	2013
13104204	RIZA HASLINA	ESy	Aktif	2013

13104214	RIZKA LUDFIA JANAH	ESy	Aktif	2013
13104224	RIZQI AGUNG PRISTYA HERMAWAN	ESy	Aktif	2013
13104244	RO'IS SHATUL HAKIMAH	ESy	Aktif	2013
13104264	SAIFI ARIF	ESy	Aktif	2013
13104274	SAIFUL ANWAR	ESy	Aktif	2013
13104284	SALIM	ESy	Aktif	2013
13104324	SELAWATI	ESy	Aktif	2013
13104354	SEPTIANA DEWI	ESy	Aktif	2013
13104374	SISKA MAULINA SAPUTRI	ESy	Aktif	2013
13104384	SITI BADRIYAH	ESy	Aktif	2013
13104394	SITI LUTFIA	ESy	Aktif	2013
13104404	SITI NALA SARI	ESy	Aktif	2013
13104414	SITI NUROHMAH	ESy	Aktif	2013
13104424	SITI ROHANI	ESy	Aktif	2013
13104434	SOFI ASTUTI	ESy	Aktif	2013
13104454	SRI MIATI	ESy	Aktif	2013
13104474	SRI UTAMI NINGSIH	ESy	Aktif	2013
13104514	SUCI HADIYANTI	ESy	Aktif	2013
13104534	SUSI KURNIASIH	ESy	Aktif	2013
13104544	SUWARDIONO	ESy	Aktif	2013
13104564	TINA APRIYANTI	ESy	Aktif	2013
13104574	TITO APRIYAN	ESy	Aktif	2013
13113474	TIYA WARYANTI	ESy	Aktif	2013
13104594	TRI WAHYUNI	ESy	Aktif	2013
13104604	TRIANA KURNIA PUTRI	ESy	Aktif	2013
13104614	TRISNAWATI	ESy	Aktif	2013
13104624	TRIYANI	ESy	Aktif	2013
13104634	TUKMA GILANG SETIAWAN	ESy	Aktif	2013
13104644	UHTI MAISAROH	ESy	Aktif	2013
13104654	ULFA HIDAYATUNNIKMAH	ESy	Aktif	2013
13104664	ULFA INDRIYANI	ESy	Aktif	2013
13104674	UMI AL AS KHURIYAH	ESy	Aktif	2013
13104684	UMI KULSUM	ESy	Aktif	2013
13104694	UMI LESTARI	ESy	Aktif	2013
13104704	UMI MAHMUDAH	ESy	Aktif	2013
13104714	UMI NUR FADILAH	ESy	Aktif	2013
13104724	USWATUN KHASANAH	ESy	Aktif	2013
13104734	VIA VARIDHOTUL ISLAMIYAH	ESy	Aktif	2013
1502040217P	VIANITA PRAMONO	ESy	Aktif	2013
13104744	WAHYU KURNIAWAN	ESy	Aktif	2013
1502040218P	WAHYU NUR ISDIANTO	ESy	Aktif	2013
13104754	WAHYU SEPTIANI	ESy	Aktif	2013
13104774	WAHYUDI	ESy	Aktif	2013
13104784	WIDAD KAMALA NUR AMRIANA	ESy	Aktif	2013
13104794	WIDYA ENESTIA	ESy	Aktif	2013
13104804	WIWIN AMIANI	ESy	Aktif	2013
13104814	WULAN SUCIANI	ESy	Aktif	2013
13104824	YASHINTA SARI	ESy	Aktif	2013
13104834	YAYUK ANISAH	ESy	Aktif	2013
13104844	YENI PUSPITASARI	ESy	Aktif	2013
13104854	YEPI RATMANTI	ESy	Aktif	2013
13104864	YESI AGUS TINA	ESy	Aktif	2013
13104874	YUN FARIDA	ESy	Aktif	2013
13104884	YUNI ASTUTI	ESy	Aktif	2013
13104894	YUNI WULAN SARI	ESy	Aktif	2013
13104904	ZAINUL ARIF	ESy	Aktif	2013

RIWAYAT HIDUP

Dian Febrianti, dilahirkan di desa Sukadana Baru ,Kec. Marga Tiga, Kab. Lampung Timur pada tanggal 12 Februari 1995. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sukarno dan Ibu Umi Hanik.

Pendidikan dasar peneliti tempuh di SD Negeri 01 Sukadana Baru, Kec. Marga Tiga, Kab. Lampung Timur dan selesai pada tahun 2007. Kemudian peneliti melanjutkan di SMP Negeri 01, Kec. Marga Tiga, Kab. Lampung Timur dan selesai pada tahun 2010. Sedangkan Pendidikan Menengah Atas di SMK Negeri 01 Metro, Kec. Metro Timur dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan Pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro sebagai Mahasiswa Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi islam dimulai bulan Agustus 2013 dan menyelesaikan strata satu di IAIN Metro Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.