

**PENGARUH PESAN IKLAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK PADA
MAHASISWI UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA BARAT
(PENERAPAN PEMASARAN SOSIAL)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



NAMA: Herlinda Saphutri

NIM : 43113010263

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herlinda Saphutri

Nim : 43113010263

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan berlaku, saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apa bila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Agustus 2017



Herlinda Saphutri

NIM : 43113010263

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herlinda Saphutri

Nim : 43113010263

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Intensi Berhenti Merokok Pada Mahasiswi Di Universitas Mercu Buana Jakarta

Tanggal Lulus Ujian :

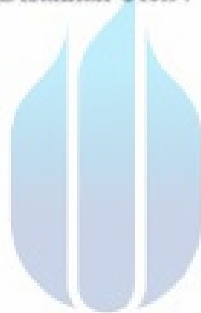
Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Erna S. Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal : 8-9-2017



Ketua Penguji,



Yennida Parmariza, S.Sos.,MM

Tanggal : 8-9-2017

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA.

Tanggal : 8-9-2017

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 8/9-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pesan Iklan Dan Persepsi Harga Terhadap Intensi Berhenti Merokok Pada Mahasiswi Di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat”**. Adapun penulisan Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

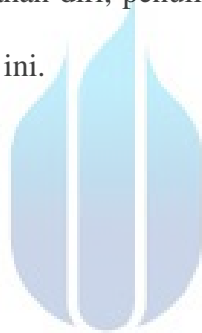
Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, ST.,MM.,Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Hirdinis, SE.,MM sebagai dosen penelaah proposal skripsi yang telah memberikan masukan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta, Ibu Herawati, dan Ayahanda Sukendar yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Adik tersayang, Dwi Natasya, dan orang terkasih, Dzaki Akhmad Verdian atas segala semangat, kesabaran, hiburan, dan motivasinya sehingga penulis selalu mempunyai semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Erica Purnama Yanti yang selalu membantu menyebarkan kuisioner, selalu memberikan motivasi, doa, semangat kepada penulis. Begitu juga untuk sahabatku Rahmania Salsabila, Fatimah Abdiah, Destya Dwi Rahmayanti, Selvi Maharani, dan Icha Utami terimakasih sudah membantu penulis, selalu memberi nasehat kepada penulis, memberikan dukungan, ilmu, motivasi dan selalu memberikan hiburan kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan di kampus dari saat dunia kampus “Baper Fams”, Yogi, Sugeng, Randy, Alfi, Galih, Makhmud, Mada, Robi, Yunus, yang memberikan hiburan, ilmu, pengalaman kepada penulis.

10. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Manajemen terutama angkatan 2013 yang telah banyak berbagi ilmu dan pengalamannya .

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 8 Agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Herlinda Saphutri

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1.Manajemen Pemasaran	8
2.Pemasaran Sosial	9
2.Pesan Iklan.....	10
3.Persepsi Harga	13
4. Intensi Berhenti Merokok	15

5. Penelitian Terdahulu	20
B. Rerangka Konseptual	26
C. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
1. Waktu Penelitian	29
2. Tempat Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Definisi dan Operasional Variabel	30
1. Pengertian Variabel.....	30
2. Definisi Operasional Variabel.....	30
D. Pengukuran Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
a. Populasi Penelitian	34
b. Sampel Penelitian.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Metode Analisis Data.....	36
1. Statistik Deskriptif.....	36
2. Uji Kualitas Data.....	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Realibilitas	38
3. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Multikolonieritas.....	39

c. Uji Heteroskedastisitas	39
4. Uji Kesesuaian Model	40
a. Uji Koefisien Determinasi.....	40
b. Uji F (<i>Fit Model</i>).....	41
5. Uji Hipotesis.....	41
a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	41
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Analisis Karakteristik Responden	44
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Usia	47
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Intensi Berhenti Merokok.....	49
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	50
C. Hasil Uji Kualitas Data	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Normalitas Data	65
2. Hasil Uji Multikolinearitas	67
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
E. Hasil Uji Hipotesis	69
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
2. Hasil Uji Statistik F.....	70
3. Hasil Uji Statistik t.....	71

4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
F. Pembahasan	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80
A. Lampiran Hasil Output SPSS.....	80
B. Lampiran Tabulasi Data Responden	87
C. Lampiran Kuesioner Penelitian.....	101



DAFTAR TABEL

No. Keterangan	Halaman
1.1 Tabel <i>Pertumbuhan Perokok Wanita</i>	4
1.2 Tabel <i>Hasil Pra Survey</i>	5
2.1 Tabel <i>Ringkasan Penelitian Terdahulu</i>	21
3.1 Tabel Operasional Variabel Pesan Iklan	31
3.2 Tabel Operasional Variabel Persepsi Harga.....	32
3.3 Tabel Operasional Variabel Intensi Berhenti Merokok	33
3.4 Tabel Instrumen Skala Likert.....	34
4.1 Tabel Karakteristik Responden	45
4.2 Tabel Statistik Deskriptif Pesan Iklan Rokok di Televisi, <i>Billboard</i> , dan Bungkus Rokok Menjelaskan Mengenai Bahaya-bahaya dari Merokok	50
4.3 Tabel Statistik Deskriptif Pesan Iklan Rokok di Televisi, <i>Billboard</i> , dan Bungkus Rokok Mengenai Pesan-pesan Negatif	51
4.4 Tabel Statistik Deskriptif Pesan Iklan Rokok di Televisi, <i>Billboard</i> , dan Bungkus Rokok dapat dicontoh Oleh Audiens	52
4.5 Tabel Statistik Deskriptif Pesan Iklan Rokok Mudah di Pahami	52
4.6 Tabel Statistik Deskriptif Pesan Iklan Rokok Memiliki Arti Sudut Pandang	53
4.7 Tabel Statistik Deskriptif Kata-kata yang digunakan Pada Iklan Rokok di Televisi, <i>billboard</i> , dan Bungkus Rokok Sesuai dengan Produknya	54
4.8 Tabel Statistik Deskriptif Pengisi suara pada iklan rokok ditelevisi Sesuai dengan Karakter Model Iklan Tersebut	54
4.9 Tabel Statistik Deskriptif Tampilan gambar Serta pemilihan warna Pada iklan yang disampaikan sangat menarik dan sesuai dengan produknya	54
4.10 Tabel Statistik Deskriptif Model yang digunakan pada iklan rokok di televisi, <i>billboard</i> , dan bungkus rokok merupakan orang yang tepat	56

4.11	Tabel Statistik Deskriptif Model yang digunakan Pesan Iklan Rokok di Televisi, <i>Billboard</i> , dan Bungkus Rokok Jujur dalam Menyampaikan pesan, sehingga pesan dapat dipercaya.....	56
4.12	Tabel Statistik Deskriptif Penampilan Model yang digunakan Pesan Iklan Rokok di Televisi, <i>Billboard</i> Sangat Menarik dan Menyenangkan	567
4.13	Tabel Statistik Deskriptif Harga Produk Rokok yang Ditawarkan Terjangkau Oleh Kemampuan Daya Beli Pelanggan.....	58
4.14	Tabel Statistik Deskriptif Saya Merasa Puas dengan Harga Yang ditawarkan.....	58
4.15	Tabel Statistik Deskriptif Harga yang ditawarkan Berhubungan dengan Kualitas Produk	59
4.16	Tabel Statistik Deskriptif Dengan Mengetahui Akibat Bahaya Merokok Timbul Kesadaran Akan Berhenti Merokok.....	60
4.17	Tabel Statistik Deskriptif Setelah Melihat Iklan Ini, Perubahan dalam Sikap Saya Terhadap Merokok Berkurang	61
4.18	Tabel Statistik Deskriptif Setelah Melihat Iklan ini Saya Mengurangi Mengonsumsi Bahkan Berhenti Merokok	62
4.19	Tabel Hasil Uji Validitas Pesan Iklan	63
4.20	Tabel Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	63
4.21	Tabel Hasil Uji Validitas Intensi Berhenti Merokok.....	64
4.22	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	65
4.23	Tabel Hasil Uji Normalitas	66
4.24	Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.25	Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.26	Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	69
4.27	Tabel Hasil Uji Statistik F.....	70
4.28	Tabel Hasil Uji Statistik t.....	71

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	<i>Theory of Planned Behavior</i>	18
2.2	Rerangka Konseptual	27
4.1	Data Statistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2	Data Statistik Responden Berdasarkan Tingkat usia.....	47
4.3	Data Statistik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
4.4	Data Statistik Responden Berdasarkan Status Pengguna	49

