

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of anti-smoking campaigns, stop smoking ads and non-smoking areas to public awareness to quit smoking. The object of this study is an active student of Management Department S1 University of Mercubuana force 2013. This study was conducted on 165 respondents using purposive sampling technique. Using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used in this research is Microsoft Excel 2007 and LISREL 8.8.

These results indicate that Non Smoking Campaigns, Smoking Ads and Non-Smoking Areas (KTR) have a significant effect on people's awareness to quit smoking.

Keywords: Non Smoking Campaign, Smoking Ad, Non Smoking Area, and Public Awareness to Stop Smoking.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye anti rokok, iklan berhenti merokok dan kawasan tanpa rokok terhadap kesadaran masyarakat untuk berhenti merokok. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa/i aktif jurusan Manajemen S1 Universitas Mercubuana angkatan 2013 . Penelitian ini dilakukan terhadap 165 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Microsoft Excel 2007 dan LISREL 8.8.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kampanye anti rokok, Iklan berhenti merokok dan Kawasan Tanpa Rokok(KTR) berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran masyarakat untuk berhenti merokok.

Kata Kunci : Kampanye anti rokok, Iklan berhenti merokok, Kawasan Tanpa Rokok, dan Kesadaran Masyarakat untuk berhenti merokok.

