

BAB II

TERPAAN INFORMASI BAHAYA MEROKOK PADA BUNGKUS MEROKOK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK

Bab ini menyajikan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian mengenai Terpaan Informasi Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok dijelaskan dalam bab ini mengenai analisis dan pembahasannya. Penelitian ini dilaksanakan terhadap 100 responden laki-laki dan perempuan, 18 – 40 tahun, perokok aktif, berdomisili di Kota Semarang, dan pernah terkena terpaan informasi bahaya merokok pada bungkus rokok serta mengetahui kenaikan harga rokok dalam beberapa bulan terakhir.

2.1 Uji Validitas dan Realibilitas

2.1.1 Uji Validitas

Valid atau tidaknya kuesioner diuji dengan uji validitas. Pertanyaan penelitian dalam kuesioner dapat digunakan dalam mengukur apa yang harus diukur dari kuesioner, maka kuesioner akan dinyatakan valid. Hasil penelitian dikatakan valid jika ada kesamaan antara data yang terjadi sebenarnya dalam objek penelitian. Menggunakan software SPSS untuk melakukan perhitungan yang membandingkan nilai r dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dapat dikatakan efektif.

Sebelum menggunakan r tabel, derajat kebebasan (df) harus diketahui terlebih dahulu dengan mengurangi jumlah observasi (batas linier) dari jumlah observasi (N). Banyaknya Batasan linier tergantung dari

banyaknya parameter yang akan diestimasi dalam penelitian. Rumus umum $(N - p)$. Nilai observasi total (N) dikurangi jumlah kontrol linier pada nilai observasi, menggunakan r tabel dengan rumus $df = N - 2$.

Total sampel untuk menguji korelasi penelitian, sebanyak 100 responden. Maka untuk mencari angka pada tabel – r yaitu $100 - 2 = 98$ dengan tingkat probabilitas 5%, sehingga diketahui nilai tabel – r sebesar 0,1966. Jika angka r lebih besar dari 0,1966, maka kuesioner dianggap valid, begitu pula sebaliknya.

Hasil uji validitas pada masing-masing pertanyaan dari variabel X1 dan X2 disajikan sebagai berikut.

Tabel 2.1

Uji Validitas Variabel Terpaan Informasi Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

Correlations

		X1_1	X1_2	Terpaan
X1_1	Pearson Correlation	1	,473**	,891**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	,473**	1	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Terpaan	Pearson Correlation	,891**	,822**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas setiap pertanyaan diketahui dengan membuat perbandingan antara nilai r dengan nilai r tabel (0,1966). Berikut perbandingan nilai r dihitung menggunakan nilai tabel r pada setiap pertanyaan pada variabel terpaan informasi bahaya merokok pada bungkus rokok:

Tabel 2.2

Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Informasi Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,891	0,1966	VALID
P2	0,822	0,1966	VALID

Dari analisis pertanyaan variabel terpaan informasi bahaya merokok pada bungkus rokok di atas, dapat diketahui hasil koefisien validitas nilai r dari 0,891 – 0,822 dengan nilai Tabel r 0,1966. Dengan begitu nilai r hitung > dari nilai tabel r, oleh karena itu kuesioner dinyatakan **valid**.

Tabel 2.3

Uji Validitas Persepsi Harga

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Persepsi
X2_1	Pearson Correlation	1	,377**	,306**	,058	,607**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,565	,000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	,377**	1	,284**	,484**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	,306**	,284**	1	,418**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	,058	,484**	,418**	1	,692**
	Sig. (2-tailed)	,565	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi	Pearson Correlation	,607**	,719**	,758**	,692**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas setiap pertanyaan dapat diketahui dengan membuat perbandingan nilai r dan nilai r tabel (0,1966). Berikut perbandingan nilai r hitung dan nilai r tabel disetiap pertanyaan pada variabel Persepsi Harga:

Tabel 2.4

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P5	0,607	0,1966	VALID
P6	0,719	0,1966	VALID
P7	0,758	0,1966	VALID
P8	0,692	0,1966	VALID

Dari hasil analisis pertanyaan variabel Persepsi Harga di atas, diketahui hasil koefisien validitas nilai r dari 0,607 – 0,758 dengan nilai tabel r 0,1966. Dengan begitu nilai r hitung > nilai tabel r sehingga setiap pertanyaan pada kuesioner dinyatakan **valid**.

2.1.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas digunakan dalam menguji kuesioner apabila sampel memiliki kesimpulan yang sama. Apabila dari waktu yang berulang pertanyaan dijawab dengan konsisten, maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel. Uji realibilitas dihitung dengan menggunakan Cronbach's Alpha > 0,6. Hasil uji realiabilitas penelitian, sebagai berikut:

Tabel 2.5

Uji Realibilitas Terpaan Informasi Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,631	2

Tabel 2.6

Uji Realibilitas Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,643	4

Reliabilitas setiap pertanyaan dapat diketahui dengan cara membandingkan dengan Croanbach's Alpha > 0,6. Berikut perbandingan dengan nilai Croanbach's Alpha > 0,6 pada setiap pertanyaan pada variabel – variabel di atas:

Tabel 2.7

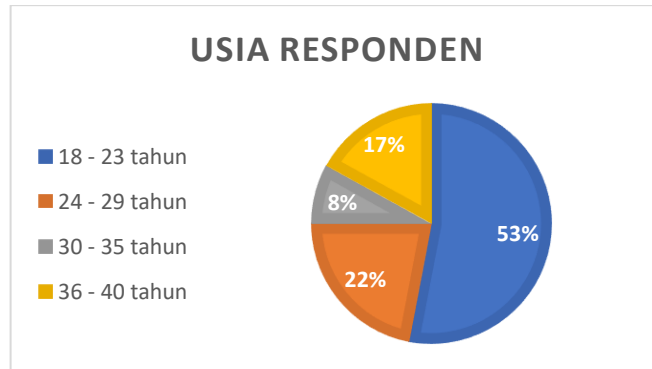
Hasil Uji Realibilitas pada setiap Variabel

Variabel	<i>Croanbach's Alpha</i>	Angka Standar	Keterangan
Terpaan Informasi	0,631	0,6	RELIABEL
Persepsi Harga	0,643	0,6	RELIABEL

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat dilihat bahwa setiap pertanyaan yang mewakili dari indikator masing – masing variabel tersebut sudah reliabel, karena nilai koefisien *Croanbach's Alpha* > 0,6. Ini berarti setiap pertanyaan yang mewakili indikator dapat digunakan untuk penelitian.

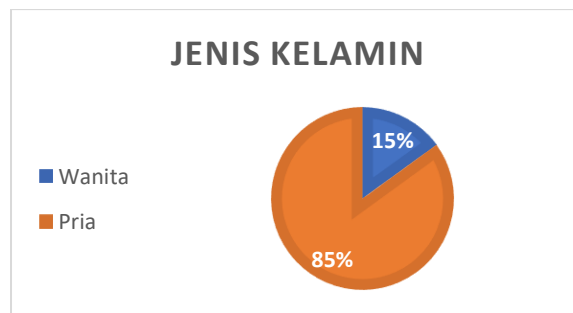
2.2 Identitas Responden

Diagram 2.1



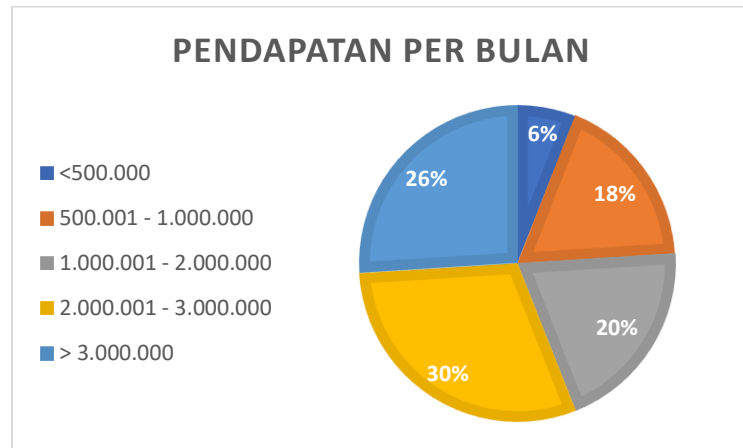
Berdasarkan diagram, dijelaskan dominan responden perokok muda dengan umur 18 – 23 tahun sebanyak 53% diikuti dengan responden perokok mendekati usia lanjut berusia 36 – 40 tahun sebanyak 17%.

Diagram 2.2



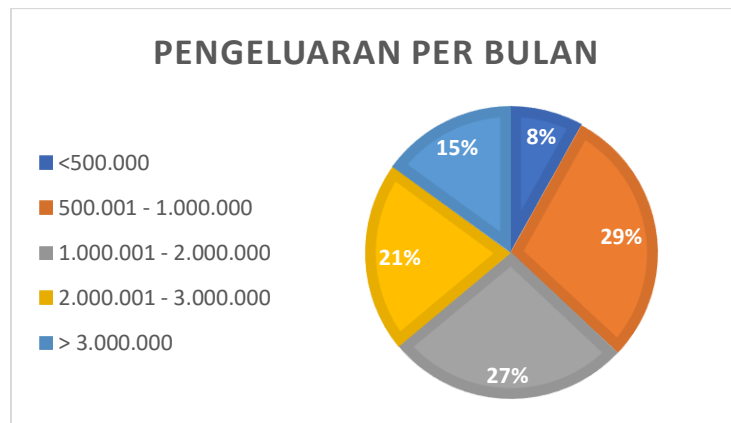
Berdasarkan diagram, dijelaskan dominan responden pria 85% dan 15% diantaranya berjenis kelamin wanita.

Diagram 2.3



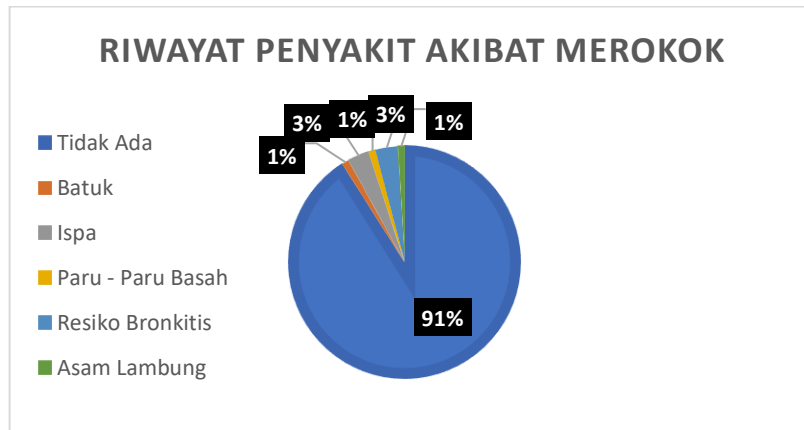
Berdasarkan diagram, dijelaskan pendapatan per bulan dominan berada pada kategori Rp2.000.001 – Rp3.000.000 sebanyak 30% sedangkan terendah berada di kategori Rp500.000 sebanyak 6%.

Diagram 2.4



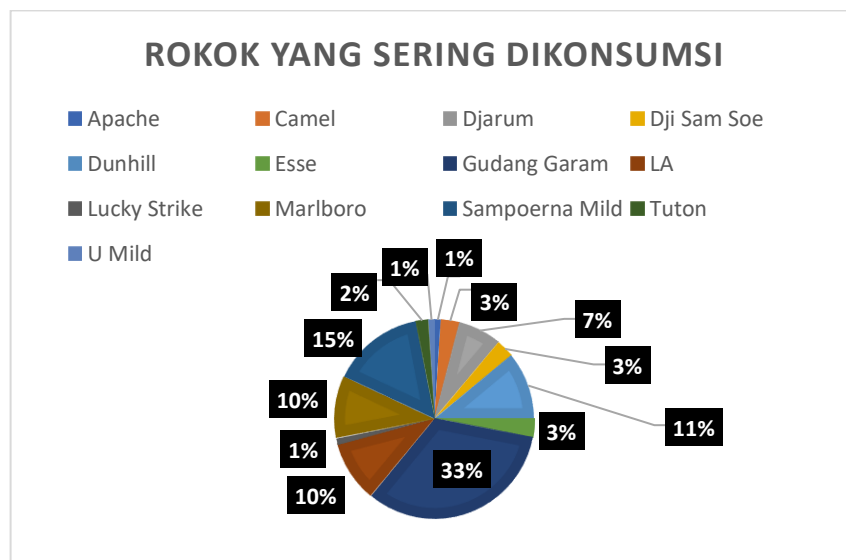
Berdasarkan diagram, dijelaskan dominan pengeluaran per bulan (termasuk pengeluaran untuk rokok) terbanyak berada di kategori Rp500.001 – Rp1.000.000 29% sedangkan pengeluaran terendah berada di kategori Rp500.000 sebanyak 8%.

Diagram 2.5



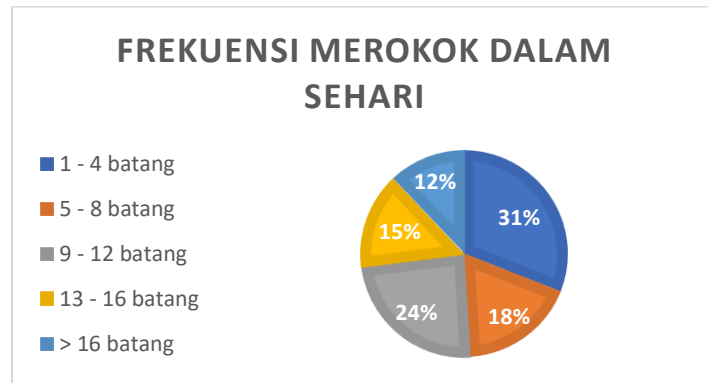
Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui beberapa responden memiliki riwayat penyakit akibat merokok dengan riwayat penyakit terbanyak yaitu Ispa dan Resiko Bronkitis masing – masing sebanyak 3%.

Diagram 2.6



Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui produk rokok yang sering dikonsumsi oleh responden adalah merk Gudang Garam sebanyak 33% diikuti dengan Sampoerna A Mild sebanyak 15%.

Diagram 2.7



Berdasarkan diagram 2.7 dapat diketahui bahwa 31% responden merokok 1-4 batang dalam satu hari, sedangkan 12% diantaranya merokok lebih dari 16 batang dalam waktu satu hari.

2.3 Terpaan Informasi Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

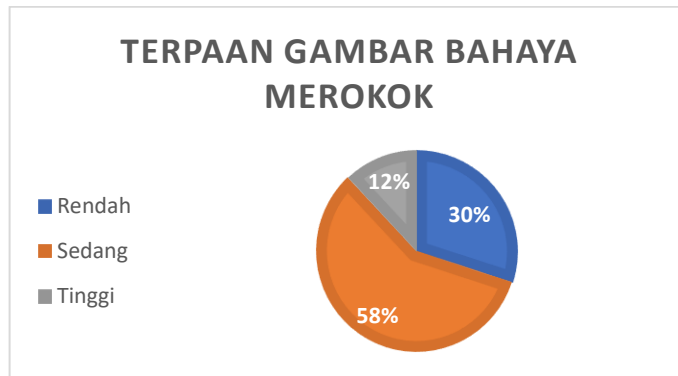
Terpaan informasi bahaya merokok merupakan salah satu strategi dari pemerintah dalam mengendalikan pembelian dan konsumsi rokok di masyarakat. Terpaan informasi secara terus menerus dapat mempengaruhi sikap seseorang jika terkena terpaan. Terpaan informasi tidak dapat dihitung secara pasti, karena konsumen terkena terpaan informasi tersebut secara tidak sengaja. Oleh karena itu, terpaan informasi akan diukur dari frekuensi merokok dalam sehari, dan kemampuan khalayak mengingat gambar, pesan, dan peringatan di kemasan rokok. Variabel terpaan informasi bahaya merokok pada bungkus rokok diukur menggunakan indikator:

- Responden mampu menyebutkan gambar peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok

- Responden mampu menyebutkan tulisan peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok

2.3.1 Kemampuan Menyebutkan Gambar Peringatan Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

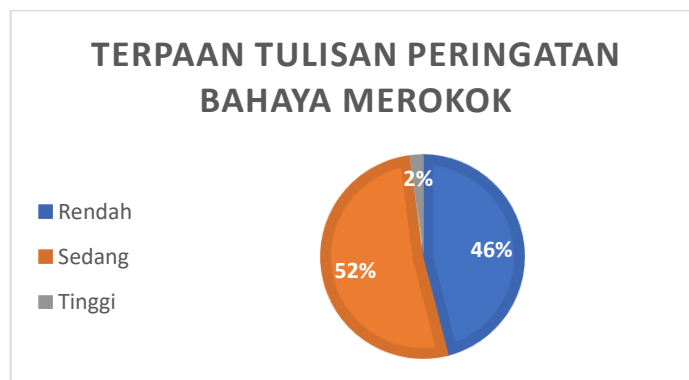
Diagram 2.8



Berdasarkan diagram 2.8 dijelaskan dominan responden memiliki kognisi sedang pada gambar peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Hal ini ditunjukkan 58% responden memiliki kategori yang sedang dalam hal menyebutkan gambar peringatan bahaya merokok seperti apa saja yang tertera pada kemasan rokok.

2.3.2 Kemampuan Menyebutkan Tulisan Peringatan Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok

Diagram 2.9



Berdasarkan diagram 2.9 dijelaskan dominan responden memiliki kognisi sedang terhadap tulisan peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok. Ditunjukkan sebanyak 52% responden memiliki kategori yang sedang dalam hal menyebutkan tulisan peringatan bahaya merokok seperti apa saja yang tertera pada kemasan rokok.

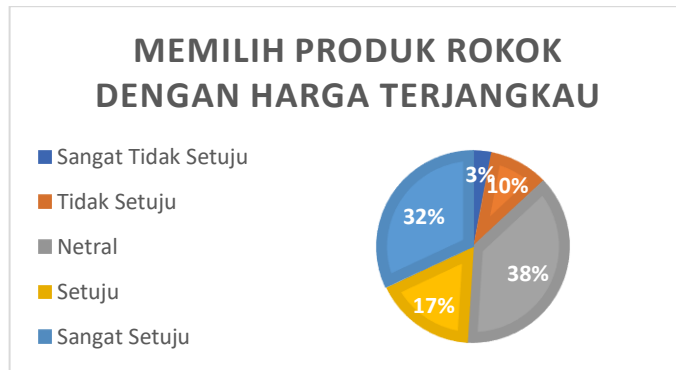
2.4 Persepsi Harga

Kenaikan harga rokok yang dipengaruhi dari kenaikan cukai rokok merupakan salah satu strategi pemerintah dalam mengendalikan pembelian dan konsumsi rokok di masyarakat. Dari kenaikan harga rokok ini, muncul beberapa persepsi konsumen mengenai harga yang beredar saat ini. Variabel Persepsi Harga diukur dengan beberapa indikator berikut ini:

- Responden memilih produk rokok dengan harga terjangkau
- Responden memilih kualitas produk rokok yang sesuai dengan harga
- Responden membandingkan produk rokok berdasarkan harga
- Responden memilih produk rokok yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan

2.4.1 Memilih Produk Rokok dengan Harga Terjangkau

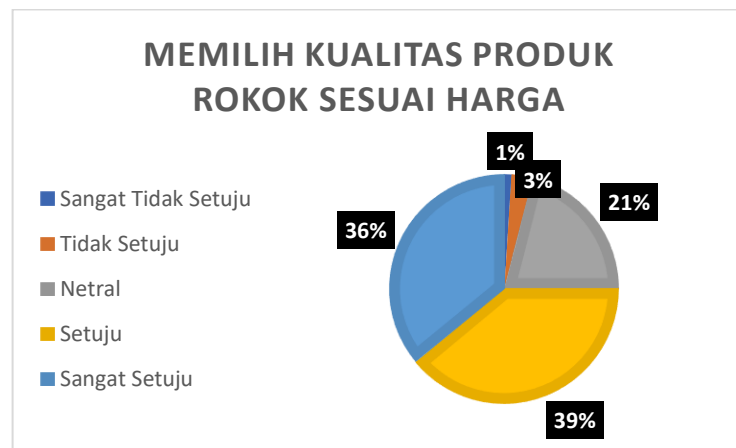
Diagram 2.10



Berdasarkan diagram 2.10 dapat diketahui bahwa 38% responden mengatakan netral dan 32% diantaranya mengatakan sangat setuju bahwa memilih produk rokok dengan harga terjangkau dalam hal membeli produk rokok.

2.4.2 Memilih Kualitas Produk Rokok yang Sesuai Harga

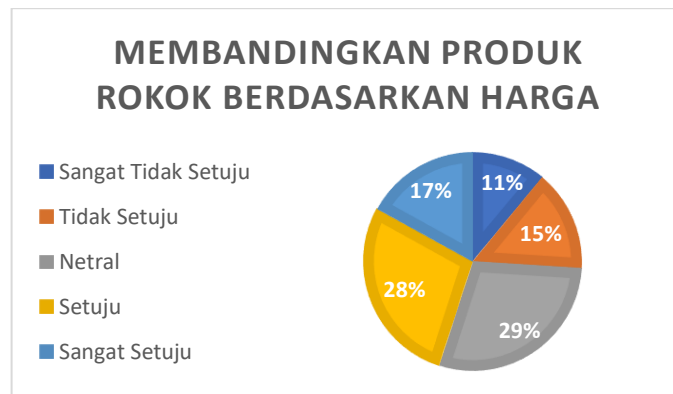
Diagram 2.11



Berdasarkan diagram 2.11 dapat diketahui bahwa 39% responden mengatakan setuju dan 36% diantaranya sangat setuju dengan memilih kualitas produk rokok yang sesuai dengan harga dalam hal membeli produk rokok.

2.4.3 Membandingkan Produk Rokok Berdasarkan Harga

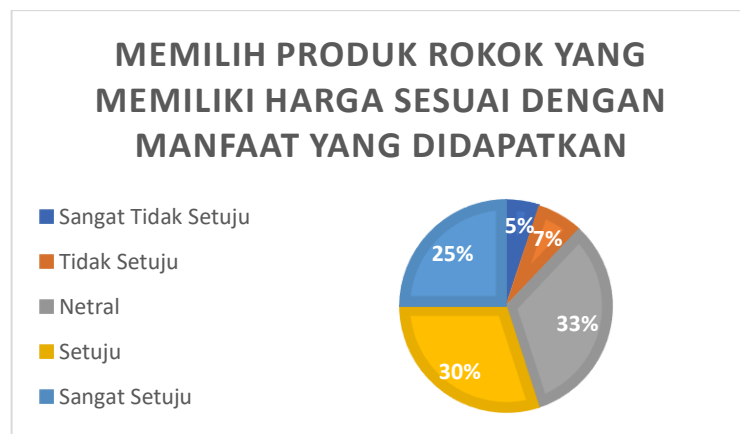
Diagram 2.12



Berdasarkan diagram 2.12 dapat diketahui bahwa 29% netral dan 28% diantaranya mengatakan setuju bahwa dalam membeli produk rokok, responden membandingkan produk rokok satu dan lainnya berdasarkan harga.

2.4.4 Memilih Produk Rokok yang Sesuai dengan Manfaat yang Dirasakan

Diagram 2.13



Berdasarkan diagram 2.13 dapat dilihat bahwa 33% responden memilih netral dan 30% diantaranya setuju dengan pernyataan memilih produk rokok yang memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

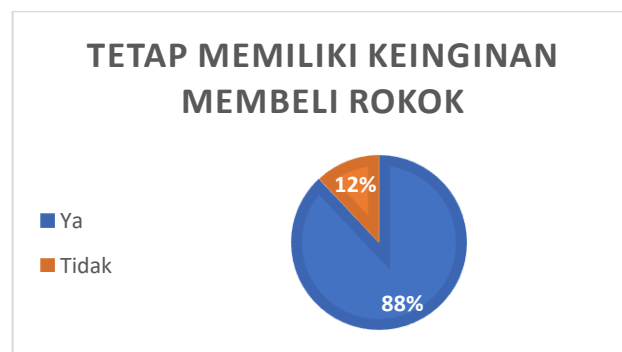
2.5 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah suatu bentuk pilihan responden dalam hal membeli rokok setelah menerima terpaan informasi bahaya merokok pada bungkus rokok dan persepsi responden mengenai kenaikan harga rokok dalam beberapa bulan terakhir. Variabel keputusan pembelian dapat diukur dengan beberapa indikator berikut ini:

- Responden memiliki keinginan untuk membeli produk rokok
- Responden memiliki kecenderungan membeli produk rokok
- Responden memiliki kecenderungan membeli produk rokok dalam waktu dekat
- Responden memiliki keinginan untuk berhenti atau mengurangi rokok
- Responden sedang dalam masa berhenti atau mengurangi rokok

2.5.1 Tetap Memiliki Keinginan Membeli Rokok

Diagram 2.14

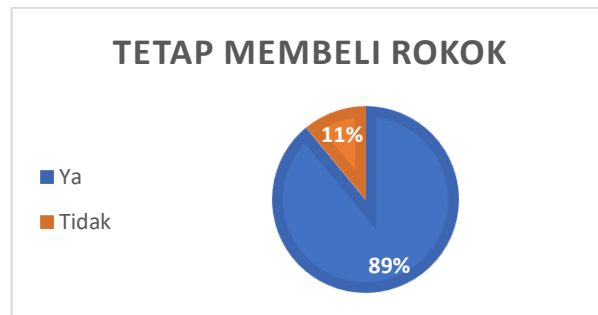


Berdasarkan diagram 2.14 dapat diketahui bahwa 88% responden tetap memiliki keinginan untuk membeli rokok. Dari data berikut, pada kelompok usia 36 – 40 tahun semuanya tetap memiliki keinginan membeli rokok tanpa terkecuali. Hal ini dikarenakan rokok ada dalam setiap aktivitas

perokok usia dewasa dan tidak begitu terpengaruh dengan adanya terpaan informasi maupun kenaikan harga.

2.5.2 Tetap Membeli Rokok

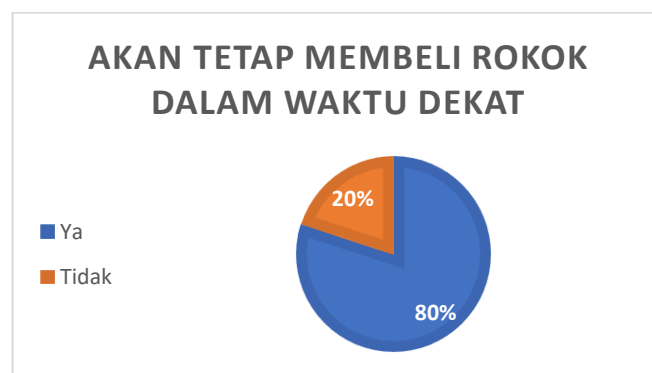
Diagram 2.15



Berdasarkan diagram 2.15 dapat diketahui bahwa 89% responden tetap membeli rokok. Dari data berikut, pada kelompok usia 36 – 40 tahun semuanya tetap memiliki keinginan membeli rokok tanpa terkecuali. Hal ini dikarenakan rokok ada dalam aktivitas perokok usia dewasa dan tidak begitu terpengaruh dengan adanya terpaan informasi maupun kenaikan harga.

2.5.3 Tetap Membeli Rokok dalam Waktu Dekat

Diagram 2.16

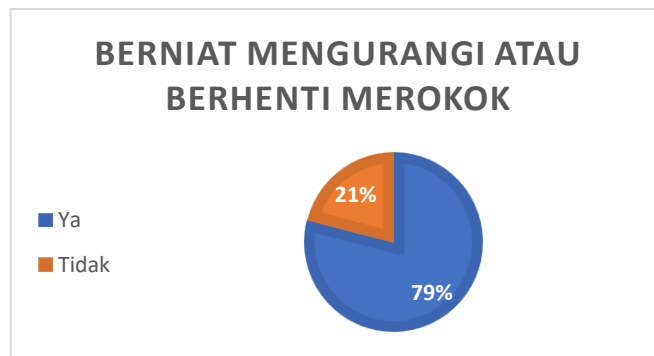


Berdasarkan diagram 2.16 dapat diketahui bahwa 80% akan tetap membeli rokok dalam waktu dekat. Dari data berikut, yang menjawab tidak dalam hal akan tetap membeli rokok dalam waktu dekat adalah kelompok

usia 18 – 35 tahun saja. Beberapa alasan yang diungkapkan responden adalah belum memiliki penghasilan tetap, jarang keluar rumah, takut ketahuan orang tua karena merokok di rumah, harga rokok yang semakin mahal, dan sebagainya.

2.5.4 **Berniat Mengurangi atau Berhenti Merokok**

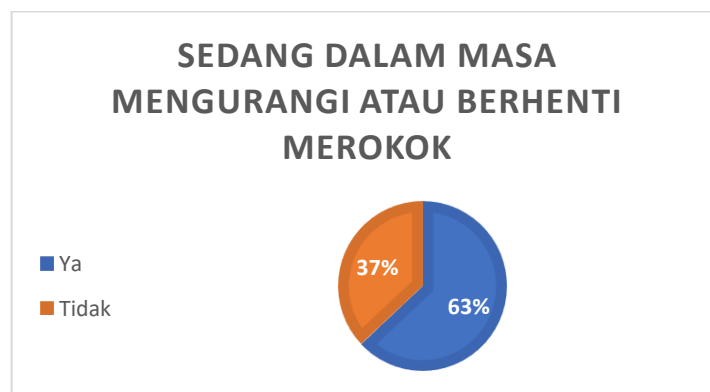
Diagram 2.17



Berdasarkan diagram 2.17 dapat diketahui bahwa 79% responden berniat mengurangi atau mencoba berhenti merokok. Dari data di atas, sebagian besar responden mengatakan berniat mengurangi atau berhenti merokok. Lebih dari 50% di setiap kategori usia mengatakan harga rokok yang semakin mahal menjadi salah satu faktor utama responden berniat untuk mengurangi atau berhenti merokok.

2.5.5 **Sedang Dalam Masa Mengurangi atau Berhenti Merokok**

Diagram 2.18



Berdasarkan diagram 2.18 dapat diketahui bahwa 63% responden sedang dalam masa mengurangi atau mencoba berhenti merokok. Dari data berikut, perokok usia muda (18 – 23 tahun) merupakan responden terbanyak yang sedang dalam masa mengurangi atau berhenti merokok. Responden memberikan beberapa alasan, seperti harga rokok yang semakin mahal, memang ingin berhenti sejak lama, memikirkan faktor kesehatan di masa depan, lebih sering di rumah, agar tidak ketahuan orang tua, dan sebagainya.