

**HUBUNGAN KOMPETISI, MENIRU,
KOMITMEN DAN PENENANG TERHADAP
KONSUMSI ROKOK**

(STUDI PADA MAHASISWA D3 DAN S1 UNIVERSITAS BRAWIJAYA)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

MUHAMMAD FADHILAH

NIM. 165030201111044



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG
2020**



MOTTO

كما تدين تدان

“Kama Tadīnu Tudān”

Bagaimana kamu memperlakukan, seperti itulah kamu akan diperlakukan.



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Kompetisi, Meniru, Komitmen dan Penenang terhadap
Konsumsi Rokok (Studi Pada Mahasiswa D3 dan S1 Universitas
Brawijaya)

Disusun oleh : Muhammad Fadhilah

NIM : 165030201111044

Fakultas : Fakultas Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Malang, 5 Mei 2020

Komisi Pembimbing,


Ari Irawan, SE., MM

NIP. 2013048212311001



TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 29 Juli 2020

Pukul : 09.00 – 10.00 WIB

Skripsi atas nama : Muhammad Fadhilah

Judul : Hubungan Antara Kompetensi, Meniru, Komitmen dan Penenang terhadap Konsumsi Rokok (Studi pada Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya)

Dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,

Ari Irawan, SE., MM
NIP. 2013048212311001

Anggota, Anggota,

M. Kholid Mawardi S.Sos,MAB, Ph.D
NIP. 197512202005011002

Edriana Pangestuti, SE. M.Si, DBA
NIP.197703212003122001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi yang berjudul **“Hubungan Kompetisi, Meniru, Komitmen, dan Penenang terhadap Konsumsi Rokok (Studi Pada Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya)”** tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 5 Mei 2020



Muhammad Fadhilah
NIM.165030201111044

RINGKASAN

Muhammad Fadhilah. 2020. **Hubungan Kompetensi, Meniru, Komitmen dan Penenang terhadap Konsumsi Rokok (Studi Pada Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya)**. Dosen Pembimbing: Ari Irawan, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui dan menjelaskan bahwa Motif Kelompok Pertemanan dengan variabel Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) secara simultan berpengaruh dengan Konsumsi Rokok (Y); serta 2) Mengetahui dan menjelaskan bahwa Motivasi Belanja Hedonis dengan variabel Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) secara parsial berpengaruh terhadap Konsumsi Rokok (Y).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) sedangkan variabel terikatnya terdiri dari 1 variabel, yaitu Konsumsi Rokok (Y). Sampel penelitian ini sebanyak 116 orang responden mahasiswa di Universitas Brawijaya Malang dalam lingkungan pertemanan yang merupakan perokok aktif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motif Kelompok Pertemanan dengan variabel Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y). Kemudian, masing-masing variabel Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Penenang (X_4) secara parsial turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Konsumsi Rokok (Y). Sedangkan variabel Komitmen (X_3) secara parsial berpengaruh negative dan signifikan terhadap Konsumsi Rokok (Y).

Kata Kunci: Motif Kelompok Pertemanan, Konsumsi Rokok, Kompetensi, Meniru, Komitmen, Penenang.

SUMMARY

Muhammad Fadhilah. 2020. **Relationship Between Competition, Copying, Commitments, and Winding Down with Cigarette Consumption (Survey on D3 and Undergraduate Students in Universitas Brawijaya)**. Supervisor: Ari Irawan, SE., MM

This research aims to: 1) Knowing and explaining that Friendship Group Motives with Competition (X_1), Copying (X_2), Commitments (X_3), and Winding Down (X_4) simultaneously affect Cigarette Consumption (Y); and 2) Knowing and explaining that Friendship Group Motives with Competition (X_1), Copying (X_2), Commitments (X_3), and Winding Down (X_4) partially influence towards Cigarette Consumption (Y).

This research used explanatory research with a quantitative approach. The independent variables in this study consisted of 4 variables, namely Competition (X_1), Copying (X_2), Commitments (X_3), and Winding Down (X_6) while the dependent variable consisted of 1 variable, namely Cigarette Consumption (Y). The sample of this study was 116 student respondents at Universitas Brawijaya Malang in a friendship group which is an active smoker. The sampling technique used is non probability sampling by means of sampling until using purposive sampling. The research data collection was carried out through distributing questionnaires online to respondents who met the criteria. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that Friendship Group Motives that consist Competition (X_1), Copying (X_2), Commitments (X_3), and Winding Down (X_4) simultaneously have positive effect and significant to Cigarette Consumption (Y). Then, each variable Competition (X_1), Copying (X_2), and Winding Down (X_4) partially also had a positive and significant effect on Cigarette Consumption (Y).

Keywords: Friendship Group Motives, Cigarette Consumption, Competition, Copying, Commitments, Winding Down.

DAFTAR ISI

MOTTO	I
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	II
TANDA PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	IV
RINGKASAN	V
SUMMARY	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Kontribusi Penelitian	7
I.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Penelitian Terdahulu	10
II.2 Tinjauan Teoritis	20
II.2.1 Pemasaran	20
II.2.2 <i>Social Marketing</i>	20
II.2.3 Dewasa	22
II.2.4 Perilaku Konsumen	23
II.2.5 Konsumsi Rokok	26
II.2.6 <i>Peer Group</i>	27
II.2.7 Kompetisi	27
II.2.8 Meniru	29
II.2.9 Komitmen	30
II.2.10 Penenang	28
II.3 Hubungan antar Variabel	33
II.3.1 Hubungan antar Kompetisi dan Konsumsi Rokok	33
II.3.2 Hubungan antar Meniru dan Konsumsi Rokok	33
II.3.3 Hubungan antar Komitmen dan Konsumsi Rokok	30
II.3.4 Hubungan antar Penenang dan Konsumsi Rokok	35
II.4 Model Konseptual	35
II.5 Model Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
III.1 Jenis Penelitian	38
III.2 Lokasi Penelitian	38
III.3 Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala pengukuran	39
III.3.1 Konsep	39
III.3.2 Variabel	40
III.3.3 Definisi Operasional	40



III.3.4 Skala Pengukuran	45
III.4 Populasi dan Sampel	46
III.4.1 Populasi	46
III.4.2 Sampel	46
III.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	48
III.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
III.6.1 Sumber data	49
III.6.2 Metode Pengumpulan Data	50
III.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
III.7.1 Uji Validitas	51
III.7.2 Uji Reliabilitas	52
III.8 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
III.8.1 Hasil Uji Validitas	53
III.8.2 Hasil Uji Reliabilitas	54
III.9 Teknik Analisis Data	55
III.9.1 Analisis Deskriptif.....	55
III.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
III.9.3 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
IV.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	59
IV.2 Karakteristik Responden	61
IV.2.1 Usia Responden	61
IV.2.2 Jenis Kelamin Responden	62
IV.2.3 Fakultas Responden.....	63
IV.2.4 Uang Saku Perbulan Responden	64
IV.2.5 Kelompok Pertemanan Responden	65
IV.2.6 Umur Pertama Kali Merokok Responden	66
IV.2.7 Pengeluaran Untuk Rokok Responden Perbulan	67
IV.2.8 Konsumsi Rokok Dalam Sehari Responden	68
IV.3 Analisis Data	69
IV.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	69
IV.3.1.1 Distribusi Frekuensi Variabel Motif Kelompok Pertemanan (X)	71
IV.3.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Rokok (Y).....	80
IV.4 Analisis Regresi Linier Berganda	83
IV.4.1 Hasil Analisis Linier Berganda	83
IV.5 Pengujian Hipotesis	86
IV.5.1 Uji Simultan (Uji F)	86
IV.5.2 Uji Parsial (Uji t)	87
IV.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	89
IV.6 Pembahasan Penelitian	90
IV.6.1 Pengaruh Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) secara simultan terhadap Konsumsi Rokok (Y)	90
IV.6.2 Pengaruh Kompetisi (X_1) terhadap Konsumsi Rokok (Y).....	92
IV.6.3 Pengaruh Meniru (X_2) terhadap Konsumsi Rokok (Y).....	93
IV.6.4 Pengaruh Komitmen (X_3) terhadap Konsumsi Rokok (Y)	94
IV.6.5 Pengaruh Penenang (X_4) terhadap Konsumsi Rokok (Y)	95

BAB V PENUTUP	97
V.1 Kesimpulan	97
V.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
	Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu	17
	Tabel 3.1 Butir Pernyataan Kompetensi (X_1)	41
	Tabel 3.2 Butir Pernyataan Penenang (X_4)	43
	Tabel 3.3 Variabel, Butir Pernyataan, dan Sumber	44
	Tabel 3.4 Skala Likert	45
	Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	53
	Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	54
	Tabel 4.1 Usia Responden	61
	Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	62
	Tabel 4.3 Fakultas Responden	63
	Tabel 4.4 Uang Saku Perbulan Responden	64
	Tabel 4.5 Kelompok Pertemanan Responden	65
	Tabel 4.6 Umur Pertama Kali Merokok	66
	Tabel 4.7 Pengeluaran Untuk Rokok Dalam Sebulan	67
	Tabel 4.8 Konsumsi Rokok Perhari	68
	Tabel 4.9 Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor	70
	Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kompetensi (X_1)	71
	Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Meniru (X_2)	73
	Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Komitmen (X_3)	75
	Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Penenang (X_4)	78
	Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Rokok (Y)	80
	Tabel 4.15 Persamaan Regresi	84

Tabel 4.16 Hasil Uji F 86

Tabel 4.17 Hasil Uji t 87

Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R²) 89



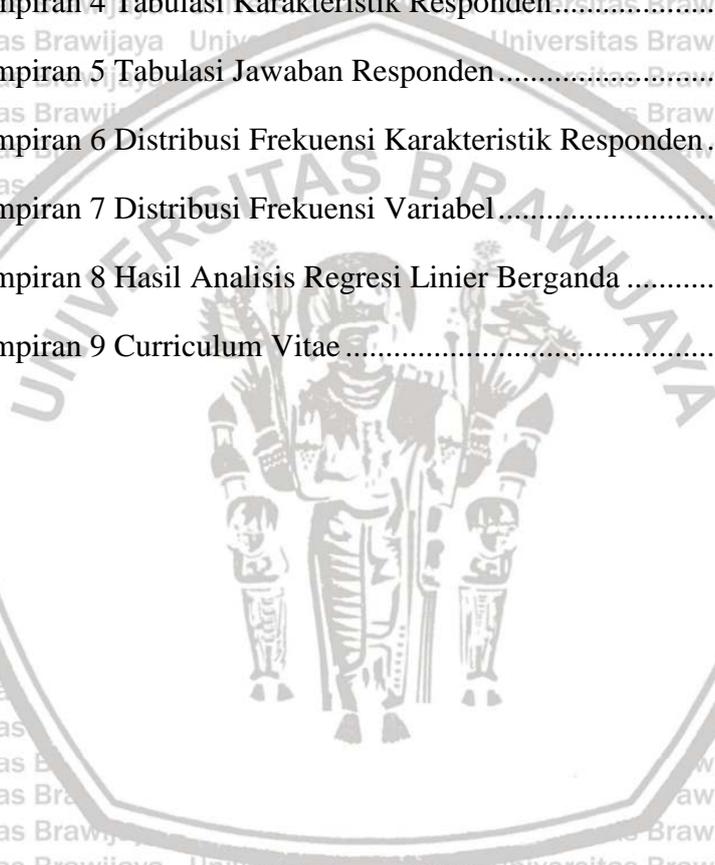
DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
	Gambar 2.1 Tiga tingkat pengaruh dalam Social Marketing	21
	Gambar 2.2 Model Konseptual	36
	Gambar 2.3 Model Hipotesis	36



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
	Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	112
	Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	115
	Lampiran 4 Tabulasi Karakteristik Responden.....	118
	Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden.....	121
	Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	124
	Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Variabel.....	128
	Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	135
	Lampiran 9 Curriculum Vitae.....	136



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Merokok sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi seorang individu.

Perilaku merokok sangat lazim dilakukan oleh berbagai kalangan usia, dari usia muda maupun tua. Menurut data GATS (*Global Adult Tobacco Survey*) pada tahun 2008-2013 diperkirakan ada 879 juta total perokok, dengan 721 juta laki-laki dan 158 juta wanita di 22 negara. China sebagai negara yang memiliki perokok terbanyak dengan 288 juta laki-laki dan 13 juta wanita, disusul India sebagai negara kedua terbanyak dengan 197 juta laki-laki dan 78 juta wanita. Indonesia sendiri sebagai negara ketiga terbanyak di dunia dengan jumlah perokok, 58 juta laki-laki dan 3,8 juta wanita.

Perokok di Indonesia banyak berasal dari kalangan dewasa. Perilaku merokok di Indonesia berdasarkan usia menurut data GATS, dapat dilihat dari data perokok tertinggi terdapat pada umur 45-64 tahun sebesar 40%. Pada posisi kedua terdapat di umur 25-44 tahun dan 65 tahun keatas dengan hasil yang sama yaitu 38%. Pada posisi ketiga di umur 18-25 tahun dengan 32% dan terakhir pada umur 15-17 tahun dengan 15%. Berdasarkan data dari Tobacco Atlas pada tahun 2012, di Indonesia jumlah konsumsi batang rokok pada tahun 2001 meningkat dari 182 miliar batang menjadi 260,8 miliar batang di tahun 2009. Hal ini sangat ironis

dengan usaha Indonesia yang melakukan penyebaran informasi dan pengetahuan mengenai kebiasaan merokok dan dampak buruknya terhadap kesehatan.

Merokok merupakan kegiatan yang fenomenal, artinya meskipun sudah diketahui akibat negatif dari merokok tetapi jumlah perokok bukan semakin menurun tetapi semakin meningkat dan usia memulai aktivitas merokok semakin bertambah (Komasari & Helmi, 2000). Merokok dapat memberikan dampak buruk pada kesehatan seorang individu, tetapi hal itu tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi rokok. Menurut data Riskesdas 2018, menunjukkan prevalensi konsumsi tembakau pada umur 15 tahun ke atas di Indonesia mencapai 4,8% untuk wanita dan pada perokok laki-laki masih berada pada angka yang tinggi (62,9%) dan masih menjadi prevalensi perokok laki-laki tertinggi di dunia (TCSC IAKMI). Dengan tingkat prevalensi perokok laki-laki 15 tahun ke atas tertinggi di dunia menandakan bahwa masalah rokok di Indonesia sangat serius dan biasanya mereka mencoba merokok saat mereka remaja.

Kegiatan merokok rata-rata dimulai ketika berusia remaja yang di mana usia remaja sudah mulai memahami dan mengikuti kebiasaan di lingkungan sekitar.

Menurut GYTS (*Global Youth Tobacco Survey*) pada tahun 2014, secara keseluruhan perokok remaja usia 13-15 tahun mulai merokok di usia 12-13 tahun yaitu sebesar 43,2% dan sebanyak 11,4% mulai merokok pada usia 14-15 tahun.

Keinginan untuk mencoba rokok juga dilakukan pada usia sangat dini, yakni sebanyak 8,9% mulai merokok saat usia <7 tahun. Alasan para remaja merokok dapat disebabkan diantaranya variabel sosiokultural dan psikologis. Variabel sosiokultural mencakup pengaruh teman sebaya, orang yang merokok, kurangnya

pengawasan orang tua, pengaruh media, dan lingkungan sosial. Kemudian dari variabel psikologis mencakup terdapatnya perubahan *mood* setelah merokok, efek mengurangi ketegangan, karakteristik kepribadian, serta variabel biologis (Safitri, *et al.*, 2013). Perilaku merokok remaja juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya untuk melepas kepenatan, meniru orang tua yang mempunyai kebiasaan merokok, pengaruh pergaulan dengan teman sebaya yang memiliki kebiasaan merokok, sehingga mereka ingin mencoba dan ingin mengetahui bagaimana rasa rokok itu (Sulastomo, 2012). Faktor lain yang sangat berpengaruh adalah teman sebaya atau *peer group*.

Teman sebaya atau *peer group* adalah “anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama yang saling berinteraksi dengan kawan-kawan sebaya yang berusia sama dan memiliki peran yang unik dalam budaya atau kebiasaannya” (Santosa, 2009). Menurut Mcandrew (2015) motif kelompok pertemanan memiliki tujuh variabel yaitu Kompetisi, Meniru, Komitmen, Penenang, Hedonisme, Percaya diri, dan Kesesuaian. Pada skripsi ini hanya membahas empat variabel yaitu Kompetisi, Meniru, Komitmen, dan Penenang. Kompetisi adalah saling mengatasi dan berjuang selang dua individu, atau selang beberapa himpunan untuk memperebutkan objek yang sama (Chaplin, 1999). Pada penelitian Johnson (2003) “remaja berpendapat bahwa merokok dapat digunakan untuk mendapatkan perhatian dan untuk menegaskan independensi mereka. Hal ini menjelaskan adanya kompetisi di dalam lingkungan pertemanan. Selanjutnya meniru, Menurut Virgiana (2017) meniru adalah melakukan sesuatu seperti yang diperbuat orang lain dan sebagainya; mencontoh;

meneladani. Penelitian Poltekkes Depkes Jakarta I (2010) mengatakan “Remaja yang memiliki orang tua dan teman sebaya dengan perilaku merokok, akan sangat memungkinkan untuk meniru kebiasaan tersebut”. Ketiga, menurut Keisler (dalam Schwartz, 2017) komitmen adalah keterikatan janji terhadap diri sendiri untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan. Penelitian Berg (2011), menjelaskan bahwa perokok mahasiswa memiliki tingkat dukungan yang tinggi untuk kebijakan publik. Dengan salah satunya adalah dengan menunjukkan respek terhadap orang yang tidak merokok. Hal ini menjelaskan komitmen perokok. Selanjutnya, menurut McAndrew (2015) *Penenang* atau *Winding down* adalah tentang relaksasi dan biasanya terjadi setelah fokus yang kuat pada pekerjaan dan kebutuhan untuk mengurangi ketegangan ini. Penelitian Johnson (2003), menjelaskan bahwa deskripsi merokok untuk menghilangkan stres terfokus pada kebutuhan untuk rileks dan 'tenang'. Mereka percaya bahwa merokok membantu menghilangkan perasaan itu. Dengan demikian lingkungan pertemanan sangat berpengaruh terhadap konsumsi merokok, karena remaja berkompetisi, meniru, memiliki komitmen dan mendapatkan efek ketenangan di lingkungan yang memiliki kesamaan dengannya sehingga apabila lingkungan pertemanannya merokok kemungkinan besar remaja tersebut juga ikut merokok.

Salah satu cara untuk mengurangi konsumsi rokok adalah dengan melakukan *social marketing*. *Social marketing* adalah proses yang menerapkan prinsip dan teknik pemasaran untuk membuat, berkomunikasi, dan memberikan nilai guna memengaruhi audiens target, yang bermanfaat bagi masyarakat dan juga audiens target (Cheng, *et al*, 2006). *Social marketing* memiliki tiga tingkat

pengaruh yaitu *downstream*, *midstream*, dan *upstream* sehingga mengharuskan berbagai pemangku kepentingan untuk bekerja bersama di setiap level ini untuk memberikan dampak terhadap organisasinya. *Social marketing* dapat berhasil apabila dilakukan upaya *midstream social marketing* yaitu melibatkan organisasi dan komunitas yang memainkan peran penting dalam mendukung perilaku yang diinginkan menangkap pengaruh sosial pada individu yang ditargetkan (Almestahiri, *et al*, 2017). Dengan melakukan *midstream social marketing*, dapat mempengaruhi konsumsi rokok di Indonesia agar menurun dengan cara mengubah perilaku perokok melalui lingkungan pertemanannya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Hubungan Kompetisi, Meniru, Komitmen dan Penenang terhadap Konsumsi Rokok**”. Survei pada mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku kompetisi dengan konsumsi rokok, hubungan perilaku komitmen dalam mengkonsumsi rokok, hubungan perilaku meniru dalam mengonsumsi rokok, dan hubungan penenang dengan konsumsi rokok terhadap *peer group* atau kelompok perokok. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap fenomena merokok yang semakin meningkat di Indonesia dan dapat menghindari untuk merokok.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah..

1. Dalam kelompok pertemanan, apakah Kompetisi, Meniru, Komitmen dan Penenang berhubungan secara simultan dengan Konsumsi Rokok?
2. Dalam kelompok pertemanan, apakah kompetisi berhubungan dengan Konsumsi Rokok?
3. Dalam kelompok pertemanan, apakah meniru berhubungan dengan Konsumsi Rokok?
4. Dalam kelompok pertemanan, apakah komitmen berhubungan dengan Konsumsi Rokok?
5. Dalam kelompok pertemanan, apakah penenang berhubungan dengan Konsumsi Rokok?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan kompetisi, meniru, komitmen, dan penenang secara simultan dengan Konsumsi Rokok.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan kompetisi dengan Konsumsi Rokok.

3. Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan meniru dengan Konsumsi Rokok.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan komitmen dengan Konsumsi Rokok.
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan penenang dengan Konsumsi Rokok.

I.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan dan tujuan penelitian diatas, maka kontribusi akademis dan kontribusi praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

I.4.1 Kontribusi Akademis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan serta bermanfaat bagi perilaku Kompetisi, Meniru, Komitmen, dan Penenang terhadap Konsumsi Rokok sehingga terjadi adanya peningkatan kepekaan terhadap fenomena rokok di lingkungan masyarakat.
- b) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau informasi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis atau yang melakukan pengembangan terhadap model penelitian ini.

I.4.2 Kontribusi Praktis

- a) Penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat atau kelompok perokok sebagai masukan serta bahan pertimbangan dalam pengambilan

keputusan terkait dengan Konsumsi Rokok agar terciptanya peningkatan kepekaan terhadap fenomena rokok di lingkungan masyarakat.

- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi referensi karya ilmiah dan bahan perbandingan maupun sumber informasi bagi peneliti yang meneliti analisis persaingan menggunakan metode pemetaan persepsi.

I.5 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penjelasan pada skripsi ini, adapun sistematika penulisan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang kajian empiris, kajian teoritis, hubungan antar variabel, kerangka konsep dan model hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, skala pengukuran, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel,

teknik pengumpulan data, pengujian instrumen, teknik analisis data, serta pengujian hipotesis

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian, gambaran umum responden, gambaran distribusi frekuensi variabel, analisis data, hasil uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini memuat tentang kesimpulan akhir penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah serta memuat saran untuk pihak yang bersangkutan.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Penelitian Terdahulu

II.1.1 Johnson (2003)

Penelitian ini berjudul **“Tobacco dependence: adolescents’ perspectives on the need to smoke”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab kebutuhan akan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif pemuda Kanada dalam ketergantungan tembakau. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik etnografi yang dilakukan untuk menggambarkan pola-pola bahasa yang mereka gunakan untuk mendeskripsikan ketergantungan tembakau dan makna yang dimilikinya bagi mereka. Studi ini terdiri dari tiga fase yang saling terkait: (1) Analisis sekunder dari 47 wawancara tidak terstruktur individu dengan remaja diselesaikan untuk mengidentifikasi kata-kata dan frasa yang mereka gunakan untuk menjelaskan ketergantungan tembakau; (2) pertanyaan kontras dan struktural yang berfokus pada ketergantungan tembakau dikembangkan dan digunakan dalam wawancara terbuka dengan 13 remaja. Analisis data dari wawancara yang ditranskripsikan menghasilkan 60 frase kunci yang mewakili cara-cara utama remaja menggambarkan kebutuhan untuk merokok; dan (3) wawancara dilakukan dengan 14 remaja yang melibatkan semacam kartu terbuka menggunakan set 60 frase kunci.

Hasil penelitian ini menunjukkan tentang perlunya merokok bagi remaja, adanya lima aspek ketergantungan tembakau yang diidentifikasi: sosial, menyenangkan, *empowering*, emosional, dan *full-fledged*. Studi ini memberikan langkah dalam menjelaskan konstruk ketergantungan tembakau di kalangan kaum muda.

II.1.2 Kiran-Esen (2003)

Penelitian ini memiliki judul “**Examining the Adolescents’ Smoking According to Their Peer Pressure Levels and Gender**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan dalam merokok siswa berdasarkan tingkat tekanan teman sebaya dan jenis kelamin. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun akademik 2001-2002 pada 718 siswa sekolah menengah 2 (311 perempuan dan 407 laki-laki) antara usia 15-17 yang dipilih secara tidak berpihak dengan teknik pengambilan sampel cluster dan teknik pengambilan sampel acak.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan ($p < 0,05$) antara tingkat tekanan teman sebaya dan merokok. Namun tidak ada pengaruh bahwa jenis kelamin membawa perbedaan yang berarti pada perokok remaja.

II.1.3 Berg (2011)

Penelitian ini berjudul “**College student reactions to smoking bans in public, on campus and at home**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui reaksi mahasiswa terhadap kebijakan bebas asap rokok di seluruh negara bagian, kebijakan kampus dan pembatasan pribadi. Penelitian ini dilakukan kepada 2.260 mahasiswa perguruan tinggi yang sudah dua tahun dan mahasiswa universitas dan

12 kelompok fokus di antara perokok mahasiswa. Pengambilan data dilakukan secara survei yang disebarluaskan secara online.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa perguruan tinggi dibandingkan dengan mahasiswa universitas, melaporkan kurang menerima terhadap kebijakan bebas asap rokok di tempat umum dan di kampus dan kurang menerapkan pembatasan pribadi secara umum. Selain itu, non-perokok memiliki sikap yang lebih positif tentang kebijakan bebas-rokok daripada perokok non-harian, dan juga, perokok non-harian lebih menerima kebijakan bebas-rokok daripada perokok harian.

II.1.4 Berg (2012)

Penelitian ini mempunyai judul **“Smoking frequency among current college student smokers: distinguishing characteristics and factors related to readiness to quit smoking”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui korelasi tingkat merokok, khususnya motif untuk merokok, dan kesiapan untuk berhenti merokok. Penelitian ini dilakukan kepada 2.268 mahasiswa sarjana yang menyelesaikan survei. Pengambilan data dilakukan secara survei yang disebarluaskan secara online.

Hasil penelitian analisis regresi ordinal yang memodelkan tingkat merokok menunjukkan bahwa hubungan tingkat merokok yang lebih tinggi termasuk memiliki lebih banyak teman yang merokok, lebih sering menggunakan tembakau jenis lain, minum alkohol dan pesta minuman keras. Analisis bivariat menunjukkan bahwa perokok harian (versus subkelompok perokok non-harian) lebih kecil

kemungkinannya untuk merokok karena alasan sosial tetapi lebih cenderung merokok untuk rasa percaya diri, kebosanan, dan *affect regulation*.

II.1.5 Mcandrew (2015)

Judul pada penelitian ini adalah “**Friendship group motives for alcohol consumption: A midstream social marketing approach**”. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan motif tingkat kelompok tertentu untuk konsumsi alkohol dan menentukan motif tingkat kelompok mana yang paling akurat untuk memprediksi konsumsi alkohol. Metodologi yang digunakan adalah desain campuran metode eksplorasi yang terdiri dari wawancara dan survei untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini. Wawancara kualitatif dilakukan memiliki tujuan untuk menentukan motif tingkat alkohol tertentu pada kelompok untuk orang berusia 18 hingga 30 tahun. Tujuh motif tingkat kelompok ditemukan: persaingan, meniru, komitmen, kesesuaian, penenang, hedonisme, dan kepercayaan diri. Tiga faktor yang memoderasi hubungan antara motif dan konsumsi juga terungkap: komposisi gender kelompok, kesempatan minum, dan keterhubungan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) kompetisi dalam kelompok pertemanan tidak mendukung pengaruh pada konsumsi alkohol, (2) meniru dalam kelompok pertemanan mendukung pengaruh pada konsumsi alkohol, (3) komitmen dalam kelompok pertemanan tidak mendukung pengaruh pada konsumsi alkohol, (4) kesesuaian dalam kelompok pertemanan mendukung sebagian pengaruh pada konsumsi alkohol, (5) penenang dalam kelompok pertemanan memiliki pengaruh pada konsumsi alkohol, (6) hedonisme dalam kelompok pertemanan mendukung

pengaruh pada konsumsi alkohol, (7) percaya diri dalam kelompok pertemanan tidak memiliki pengaruh pada konsumsi alkohol.

II.1.6 Riadinata (2018)

Penelitian ini mempunyai judul “**Hubungan Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok pada Remaja di Desa Gonilan Kartasura**”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan lingkungan keluarga dan teman sebaya dengan perilaku merokok remaja di desa Gonilan Kartasura. Penelitian ini menggunakan penelitian *cross sectional*. Populasi pada penelitian ini sebesar 120 orang responden dan diambil sampel dengan teknik *cluster random sampling* sehingga total sampel yang diperoleh adalah 55 orang responden. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa statistic dengan menggunakan uji *chi square*.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa 120 remaja di desa Gonilan Kartasura yaitu laki-laki yang merokok pada usia 20 tahun dengan mayoritas merupakan perokok berat. Lingkungan keluarga dan teman sebaya memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan perilaku merokok remaja tersebut.

II.1.7 Moore, et al (2018)

Penelitian ini memiliki judul “**School, Peer, and Family relationship and Adolescent Substance Use, Subjective Wellbeing and Mental Health Symptoms in Wales: a Cross Sectional Study**”. Studi ini menguji peran independen dan interaksi keluarga, teman sebaya dan hubungan sekolah dalam

memprediksi penggunaan substansi, kesejahteraan subyektif, dan gejala kesehatan mental. Penelitian ini dilakukan pada anak usia 11-16 tahun di Wales. Pengumpulan sampel dilakukan melalui penyebaran kuesioener di beberapa sekolah.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik multivariate campuran.

Hal ini digunakan untuk menguji asosiasi komunikasi keluarga, dukungan keluarga, hubungan dengan staf sekolah, keterhubungan rekan sekolah, dan dukungan dari teman, dengan penggunaan tembakau, penggunaan ganja, penggunaan alkohol, kesejahteraan subjektif dan gejala kesehatan mental. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hubungan positif dengan keluarga dan staf sekolah secara konsisten dikaitkan dengan hasil yang lebih baik. Dukungan dari teman-teman dikaitkan dengan penggunaan yang lebih tinggi dari semua zat, sementara koneksi rekan sekolah yang lebih tinggi dikaitkan dengan kesejahteraan subjektif yang lebih baik dan kesehatan mental. Hubungan yang lebih baik dengan staf sekolah paling kuat terkait dengan kesejahteraan subyektif positif, dan lebih sedikit gejala kesehatan di mana siswa melaporkan lebih sedikit dukungan keluarga. Dukungan dari teman dikaitkan dengan penggunaan ganja yang lebih tinggi dan kesehatan mental yang lebih buruk di antara murid dengan dukungan keluarga yang lebih rendah. Hubungan dengan keluarga dan staf sekolah mungkin penting.

II.1.8 Sinuhaji (2018)

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Peer Group terhadap Perilaku Konsumsi Rokok**”. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh lingkungan keluarga dan *peer group* terhadap perilaku konsumsi rokok. Penelitian ini dilakukan perokok remaja antara

umur 15 tahun sampai dengan 19 tahun di kecamatan Lowokwaru kota Malang.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan sampel dilakukan melalui penyebaran kuesioener di beberapa tempat nongkrong di daerah kecamatan Lowokwaru kota Malang dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 116 orang responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga dan *peer group* mempunyai pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumsi rokok.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Johnson (2003)	Tobacco dependence: adolescents' perspectives on the need to smoke	Untuk menjawab kebutuhan akan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif pemuda Kanada tentang ketergantungan tembakau.	Hasil penelitian ini adanya lima aspek ketergantungan tembakau yang diidentifikasi: sosial, menyenangkan, empowering, emosional, dan full-fledged.
2	Kiran-Esen (2003)	Examining the Adolescents' Smoking According to Their Peer Pressure Levels and Gender	Untuk mengetahui perbedaan dalam merokok siswa berdasarkan tingkat tekanan teman sebaya dan jenis kelamin.	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan ($p < 0,05$) antara tingkat tekanan teman sebaya dan merokok. Namun tidak adanya pengaruh bahwa jenis kelamin membawa perbedaan yang berarti pada perokok remaja.
3	Berg (2011)	College student reactions to smoking bans in public, on campus and at home	Untuk mengetahui reaksi mahasiswa terhadap kebijakan bebas asap rokok di seluruh negara bagian, kebijakan kampus dan pembatasan pribadi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa perguruan tinggi dibandingkan dengan mahasiswa universitas, melaporkan kurang menerima terhadap kebijakan bebas asap rokok di tempat umum dan di kampus dan kurang menerapkan pembatasan pribadi secara umum. Selain itu, non-perokok memiliki sikap yang lebih positif tentang kebijakan bebas-rokok daripada perokok non-harian, dan juga, perokok non-harian lebih menerima kebijakan bebas-rokok daripada perokok harian.

Lanjutan Tabel 2.1 *Mapping Penelitian Terdahulu*

4	Berg (2012)	Smoking frequency among current college student smokers: distinguishing characteristics and factors related to readiness to quit smoking	untuk mengetahui korelasi tingkat merokok, khususnya motif untuk merokok, dan kesiapan untuk berhenti merokok.	Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan tingkat merokok yang lebih tinggi termasuk memiliki lebih banyak teman yang merokok, lebih sering menggunakan tembakau jenis lain, minum alkohol dan pesta minuman keras dan menunjukkan bahwa perokok harian (versus subkelompok perokok non-harian) lebih kecil kemungkinannya untuk merokok karena alasan sosial tetapi lebih cenderung merokok untuk rasa percaya diri, kebosanan, dan <i>affect regulation</i> .
5	Mcandrew (2015)	Friendship group motives for alcohol consumption: A midstream social marketing approach	untuk menentukan motif tingkat kelompok tertentu untuk konsumsi alkohol dengan variabel kompetisi, meniru, komitmen, kesesuaian, penenang, hedonisme, percaya diri dan untuk menentukan motif tingkat kelompok mana yang paling akurat memprediksi konsumsi alkohol	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel meniru, penenang, hedonisme mendukung mempengaruhi konsumsi alkohol, sedangkan variabel kesesuaian hanya mendukung sebagian dan variabel lainnya yaitu kompetisi, komitmen, percaya diri tidak mendukung pengaruh pada konsumsi alkohol.

Lanjutan Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

6	Riadinata (2018)	Hubungan Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok pada Remaja di Desa Gonilan Kartasura	Untuk mengetahui hubungan antara lingkungan keluarga dan teman sebaya terhadap perilaku merokok remaja di desa Gonilan Kartasura.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara lingkungan keluarga dengan perilaku merokok dan terdapat hubungan antara teman sebaya dengan perilaku merokok remaja di desa Gonilan Kartasura.
7	Moore, et al (2018)	School, Peer, and Family relationship and Adolescent Substance Use, Subjective Wellbeing and Mental Health Symptoms in Wales: a Cross Sectional Study	Untuk mengetahui keterkaitan hubungan antara sekolah, rekan remaja dan keluarga atau komunikasi keluarga terhadap perilaku penggunaan zat berbahaya seperti narkoba, merokok, penggunaan alcohol dan kesehatan mental pada anak.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterkaitan hubungan antara sekolah, rekan remaja, dan keluarga atau komunikasi keluarga terhadap perilaku penggunaan zat berbahaya seperti narkoba, merokok, penggunaan alcohol dan kesehatan mental pada anak memiliki hubungan signifikan satu dengan yang lain.
8	Sinuhaji (2018)	Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Peer Group terhadap Perilaku Konsumsi Rokok	Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh lingkungan keluarga dan peer group terhadap perilaku konsumsi rokok. Penelitian ini dilakukan perokok remaja anantara umur 15 tahun sampai dengan 19 tahun di kecamatan Lowokwaru kota Malang.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga dan peer group mempunyai pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumsi rokok.

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

II.2 Tinjauan Teoritis

II.2.1 Pemasaran

Menurut The American Marketing Association, Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian lembaga, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya (Ama.org). Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan, menawarkan, dan secara bebas bertukar produk dan layanan bernilai dengan orang lain (Kotler & Keller, 2016).

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah aktivitas mempertukarkan nilai yang saling menguntungkan antar produsen dan konsumen dengan memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Pemasaran dibutuhkan untuk menjelaskan apa yang individu dan kelompok butuhkan.

II.2.2 Social Marketing

Social marketing adalah proses yang menerapkan prinsip dan teknik pemasaran untuk membuat, berkomunikasi, dan memberikan nilai guna memengaruhi audiens target, yang bermanfaat bagi masyarakat dan juga audiens target (Cheng, *et al*, 2006). *Social marketing* juga dikenal sebagai '*cause related marketing*' karena tujuan utamanya adalah untuk kebaikan sosial. Dengan membuat upaya untuk membentuk dan menggabungkan konsep pemasaran untuk mengatasi masalah sosial sehingga ada perubahan dalam perilaku manusia untuk kepentingan individu dan masyarakat pada umumnya (Ahmed, 2018). Pada intinya *social marketing*

memiliki tujuan untuk merubah perilaku individu. Dalam social marketing ada tiga tingkat pengaruh, seperti gambar berikut:



Gambar 2.1 Tiga tingkat pengaruh dalam Social Marketing

Sumber: Darcie Hill (2015)

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa ada tiga tingkat pengaruh untuk mempengaruhi perilaku individu diantaranya, yaitu *upstream*, *midstream*, dan *downstream*. Program pemasaran sosial *downstream* biasanya berfokus pada individu secara langsung (Wymer, 2011). Upaya *social marketing midstream* melibatkan organisasi dan komunitas yang memainkan peran penting dalam mendukung perilaku yang diinginkan menangkap pengaruh sosial pada individu yang ditargetkan (Almestahiri, *et al*, 2017). *Social marketing* berfokus pada perubahan kebijakan dan peraturan untuk mencapai perubahan perilaku (Donovan & Henley, 2010) yang mungkin melibatkan mengubah lingkungan yang dibangun di sekitar individu yang menjadi target perubahan.

II.2.3 Dewasa

Orang dewasa adalah individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya (Hurlock E. B., 1990). Sedangkan menurut Lemme (1995), menjelaskan bahwa masa dewasa adalah masa yang ditandai dengan adanya ketidaktergantungan secara finansial dan orangtua serta adanya rasa tanggung jawab terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan. Dari dua definisi yang disampaikan di atas dapat disimpulkan bahwa dewasa adalah individu yang telah selesai pertumbuhannya sehingga mampu memilih tindakan yang ia lakukan dan menerima konsekuensinya dan menerima kedudukannya dalam bermasyarakat.

Secara umum, Hurlock (1990) membagi masa dewasa menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1. Masa dewasa dini

Masa dewasa dini dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun, saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif.

2. Masa dewasa madya

Masa dewasa madya masa dimulai pada umur 40 tahun sampai pada umur 60 tahun, yakni saat baik menurunnya kemampuan fisik dan psikologis yang jelas nampak pada pada setiap orang.

3. Masa dewasa lanjut (usia lanjut)

Masa dewasa lanjut atau usia lanjut dimulai pada umur 60 tahun sampai kematian. Pada waktu ini baik kemampuan fisik maupun psikologis cepat menurun.

II.2.4 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler & Keller, 2016). Menurut (Mangkunegara, 2002) “Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan”. Sedangkan menurut Winardi dan Supawarman (2003) definisi perilaku konsumen adalah: “Perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa”. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sebuah tindakan yang dilakukan individu maupun kelompok dengan proses perencanaan untuk membeli barang atau menggunakan jasa dengan harapan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Kotler (2016), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi. Dengan penjelasan sebagai berikut:

A. Faktor budaya

1) Kelas budaya

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang.

Seorang anak yang tumbuh di negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain, dan ritual.

2) Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.

B. Faktor sosial

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam

kehidupan pembeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Keluarga prokreasi yaitu pasangan dan anak-anak.

3) Peran dan status

Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok di mana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyangkut status.

C. Faktor pribadi

1) Usia dan tahap siklus hidup

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu.

2) Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi: penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, stabilitas, dan pola waktu), tabungan dan aset (termasuk persentasi aset likuid), utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.

3) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen.

II.2.5 Konsumsi Rokok

Menurut Aritonang (dalam Sulisty, 2009) merokok adalah perilaku yang kompleks, karena merupakan hasil interaksi dari aspek kognitif, kondisi psikologis, dan keadaan fisiologis. Sedangkan menurut Leavy (dalam Nasution, 2007) Perilaku merokok adalah sesuatu yang dilakukan seseorang berupa membakar dan menghisapnya serta dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya. Empat faktor yang mempengaruhi perilaku merokok menurut Mu'tadin (2002), yaitu:

1. Pengaruh orang tua

Seorang remaja yang berasal dari keluarga yang tidak bahagia, lebih cenderung untuk merokok dikarenakan tidak adanya perhatian orangtua terhadap anaknya. Sedangkan seseorang yang berasal dari keluarga yang bahagia, keluarga tersebut memberikan perhatian, sehingga memberitahu nilai-nilai buruk yang akan diberikan rokok.

2. Pengaruh Teman

Remaja terdorong untuk merokok agar dapat diterima di lingkungannya, sehingga jika banyak temannya yang perokok kemungkinan besar remaja tersebut juga menjadi perokok.

3. Faktor Kepribadian Perilaku

Secara kepribadian perilaku, kondisi mental yang sedang turun dapat menyebabkan orang untuk merokok agar mendapatkan rasa tenang dan pada saat masa perkembangan, mereka masih mencari jati dirinya.

4. Pengaruh Iklan

Banyaknya iklan rokok di media massa dan elektronik, telah menumbuhkan rasa ingin tahu untuk mencoba rokok. Pada penggambaran iklan rokok, perokok dibuat sebagai seseorang yang sangat berani dan jantan.

II.2.6 Peer Group

Teman sebaya atau *peer group* adalah “anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama yang saling berinteraksi dengan kawan-kawan sebaya yang berusia sama dan memiliki peran yang unik dalam budaya atau kebiasaannya” (Santosa, 2009). *Peer group* adalah anak-anak atau remaja yang memiliki tingkat usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama (Santrock, 2007). Dapat disimpulkan bahwa *peer group* adalah kelompok pertemanan yang saling berinteraksi dan memiliki kesamaan dengan tingkat pemahaman dan usia kurang lebih sama.

II.2.7 Kompetisi

Menurut Oerman & Heinrich dalam Mcandrew (2015) Persaingan ada ketika orang-orang saling bekerja keras untuk mencapai tujuan yang hanya dapat dicapai oleh satu atau beberapa orang saja. Sedangkan menurut (Chaplin, 1999), kompetisi adalah saling mengatasi dan berjuang selang dua individu, atau selang beberapa

himpunan untuk memperebutkan objek yang sama. Dari dua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kompetisi adalah persaingan antara dua individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan yang sama.

Menurut Ryckman (dalam Orosz, 2018) membagi sikap terhadap kompetisi menjadi tiga yaitu:

1. *Self-developmental competitive orientation.*

Fokus utamanya adalah pada pertumbuhan pribadi dan pada kesenangan dan penguasaan tugas dalam situasi kompetitif. Pencapaian tujuan dan hasil kompetisi (yaitu, pada kemenangan) adalah penting, tetapi tidak dengan mengorbankan pesaing lainnya.

2. *Hypercompetitive Orientation*

Hypercompetitive orientation adalah bentuk daya saing neurotik yang berlebihan. Individu yang mendapat skor tinggi pada skala HCA memiliki kebutuhan yang sangat kuat untuk bersaing dan menang dengan biaya berapa pun, karena harga diri mereka didasarkan pada kompetisi, sehingga mereka merasa lebih kuat dengan memenangkan sebuah kompetisi dan, pada saat yang sama, menang membuat mereka merasa lebih unggul daripada lainnya. Mereka menganggap pesaing mereka sebagai musuh dan mereka tidak takut untuk menggunakan strategi yang tidak adil untuk memenangkan atau menghina pesaing lainnya.

3. *Competition Avoidance Orientation*

Individu dengan sikap *competition avoidance orientation* menganggap keberhasilan atau kegagalan dalam kompetisi akan menimbulkan penolakan dan ketidaksukaan dari orang lain, sehingga mereka berusaha keras untuk menghindari bersaing dan membuktikan kompetensi mereka dalam situasi kompetisi. Selain takut akan kesuksesan, mereka juga sangat stres karena potensi kegagalan. Mereka takut pencemaran nama baik orang lain terhadap mereka dan mereka biasanya merasa malu atau terhina oleh kekalahan kompetitif.

II.2.8 Meniru

Meniru adalah melakukan sesuatu seperti yang diperbuat orang lain dan sebagainya; mencontoh; meneladani. (Virgiana, 2017). Sedangkan menurut American Psychological Association (2017) imitasi adalah proses meniru perilaku orang lain, kelompok, atau objek, secara sengaja atau tidak sengaja. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan meniru atau imitasi adalah menyerupai atau mengikuti perbuatan orang lain secara sengaja maupun tidak sengaja.

Imitasi dapat dilakukan apabila ada syarat –syarat yang harus dipenuhi, menurut Sarwono (2004) ada syarat –syarat tertentu imitasi, antara lain:

1. Harus menaruh minat terhadap sesuatu yang akan diimitasi. Minat merupakan syarat dasar dari tiap individu untuk melakukan imitasi. Mustahil melakukan imitasi kepada objek yang tidak kita sukai.
2. Mengangumi hal-hal yang akan diimitasi. Makna mengangumi adalah sebuah langkah yang lebih tinggi tingkatannya dibanding dengan hanya menyukai.

3. Harus memberikan penghargaan sosial yang tinggi terhadap objek yang akan diimitasi.
4. Memiliki pengetahuan tentang pihak atau sesuatu yang akan diimitasi.

Selain syarat-syarat dari imitasi, imitasi memiliki jenis-jenis perilaku imitasi.

Menurut Santosa (2009) menjelaskan bahwa Albert Bandura dalam teori pembelajaran sosial melanjutkan terdapat jenis-jenis imitasi atau peniruan, yaitu:

1. Peniruan langsung: Pembelajaran langsung adalah model pembelajaran yang dirancang untuk mengajarkan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang diajarkan secara setahap demi setahap.
2. Peniruan tak langsung: Peniruan jenis ini adalah melalui imajinasi atau pemerhatian secara tidak langsung.
3. Peniruan gabungan: Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tak langsung.
4. Peniruan sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru hanya disesuaikan dengan situasi tertentu saja.
5. Peniruan tanpa sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru boleh di perlihatkan dalam situasi apapun.

II.2.9 Komitmen

Menurut Keisler (dalam Schwartz, 2017) komitmen adalah keterikatan janji terhadap diri sendiri untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan. Sedangkan menurut (Steers & Porter, 1983), arti komitmen adalah suatu keadaan dimana individu menjadi terikat oleh tindakannya sehingga akan menimbulkan keyakinan yang menunjang aktivitas dan keterlibatannya. Dapat disimpulkan bahwa

komitmen adalah keadaan dimana individu membuat keterikatan terhadap diri sendiri maupun organisasi sehingga menimbulkan keyakinan atas apa yang ia lakukan.

Struktur-struktur pada komitmen ada tujuh menurut Schwart (2017), yaitu:

1. Keyakinan

Keyakinan datang dalam berbagai ukuran dan bentuk. Tidak ada yang bisa membentuk komitmen sebelum mereka membentuk keyakinan.

2. Peduli

Kepedulian kita terhadap sesuatu adalah kekuatan motivasi yang menghubungkan kita dengan komitmen kita.

3. Deklarasi

Membuat komitmen dengan terlihat kepada publik dan terkadang membuat komitmen kita hanya untuk diri kita sendiri.

4. Latihan

Komitmen dibangun di atas landasan kebiasaan. Kebiasaan ini membentuk dan memfokuskan komitmen.

5. Bersiap untuk tantangan

Tetap bertanggung jawab dan mengantisipasi atas komitmen yang telah dibuat walaupun adanya ancaman internal maupun eksternal.

6. Gigih

Ketika komitmen yang telah dibuat dilawan atau diserang, kita tetap mempertahankan komitmen yang telah kita buat.

7. Identitas

Komitmen yang telah dibuat sudah terintegrasi kedalam kehidupan kita sendiri, sehingga kita menjadi komitmen yang telah dibuat dan sebaliknya.

II.2.10 Penenang

Penenang atau *Winding down* adalah tentang relaksasi dan biasanya terjadi setelah fokus yang kuat pada pekerjaan dan kebutuhan untuk mengurangi ketegangan ini. (Mcandrew, 2015). Sedangkan menurut dictionary Cambridge, penenang atau *wind down* adalah secara bertahap rileks setelah melakukan sesuatu yang membuat Anda lelah atau khawatir. Dapat disimpulkan bahwa penenang adalah beristirahat atau merileksasi dari kegiatan untuk mengurangi ketegangan.

Produk tembakau seperti *waterpipe* dan rokok ketika digunakan akan mengeluarkan nikotin. Nikotin meningkatkan pelepasan neurotransmitter (dopamine) yang menciptakan sensasi menyenangkan, membuat ketagihan merokok, memperkuat penggunaan tembakau secara terus-menerus, dan membuat seseorang bergantung pada nikotin (Kalan, 2020). Ketika seseorang sedang dalam keadaan berenergi, santai atau gembira, dopamin memainkan peran utama dalam transduksi sinyal di otak di antara neuron yang merupakan aspek yang sangat penting dari dopamin (Dasgupta, 2020).

II.3 Hubungan antar Variabel

II.3.1 Hubungan antar Kompetisi dan Konsumsi Rokok

Penelitian Kiran-Esen (2003), mengatakan bahwa “frekuensi merokok menurun ketika tingkat tekanan teman sebaya menurun dan frekuensi merokok meningkat ketika tingkat tekanan teman sebaya meningkat”. Sedangkan pada penelitian Johnson (2003), Para peserta percaya bahwa merokok dapat digunakan untuk menegaskan diri sendiri dan untuk mengekspresikan kemandirian seseorang.

Dengan melakukan itu, seseorang dapat memperoleh rasa kontrol. salah satu responden pria berumur 18 tahun mengatakan bahwa:

“You show up somewhere and there’s some people there that you don’t like and they don’t got smokes. And, you show [your cigarettes] in front of them. They will be like, “Can I have a cigarette from your pack?” You say, “No”. It’s like you do it to piss them off.”

Dari dua hasil penelitian diatas dapat dikatakan adanya hubungan antar kompetisi dengan konsumsi rokok. Pada penelitian Kiran-Esen (2003) adanya pengaruh tekanan teman mempengaruhi konsumsi rokok dan penelitian Johnson (2003) mengatakan bahwa adanya rasa kontrol saat memegang rokok. Hal ini dapat dikatakan sebagai sebuah kompetisi karena adanya rasa ingin lebih baik di antara temannya.

II.3.2 Hubungan antar Meniru dan Konsumsi Rokok

Remaja yang memiliki orang tua dan teman sebaya dengan perilaku merokok, akan sangat memungkinkan untuk meniru kebiasaan tersebut. (Poltekkes Depkes I,

2010). Lingkungan teman sebaya adalah sejauh mana subjek mempunyai teman atau kelompok teman sebaya yang merokok dan mempunyai penerimaan positif terhadap perilaku merokok. (Komasari, 2000). Pada penelitian Berg (2012), yang mengatakan bahwa ketetapan untuk berhenti di antara perokok saat ini dikaitkan dengan tidak hanya beberapa hari merokok dalam 30 hari terakhir tetapi juga memiliki lebih sedikit teman yang merokok, lebih sedikit hari minuman keras, menjadi perokok sosial, mengurangi merokok untuk kepercayaan diri dan lebih cenderung merokok karena bosan.

Dari hasil penelitian Poltekkes Depkes I, Komasari, dan Carla dapat dilihat bahwa ada pengaruh memiliki teman sebaya yang merokok terhadap konsumsi rokok, kemungkinan besar akan meniru kegiatan merokok tersebut.

II.3.3 Hubungan antar Komitmen dan Konsumsi Rokok

Dalam penelitian Johnson (2003), Paradoksnya, meskipun remaja mengakui bahwa rokok dibutuhkan oleh beberapa orang untuk mendapatkan rasa kontrol pribadi, mereka juga mengakui bahwa rokok dapat mengendalikan orang yang banyak merokok. Remaja yang tidak bisa mengendalikan rokok mereka digambarkan dengan istilah yang merendahkan. Beberapa percaya bahwa menjaga seseorang merokok 'di bawah kendali', dengan membatasi frekuensi atau jumlah rokok yang dihisap, adalah sumber kebanggaan.

Dalam penelitian Berg (2011), Di antara sampel perokok mahasiswa ini, ada tingkat dukungan yang tinggi untuk kebijakan publik. Peserta melaporkan dukungan untuk larangan itu karena beberapa alasan, termasuk kebijakan (i) mengurangi tingkat merokok mereka, (ii) orang yang dilindungi dari paparan SHS

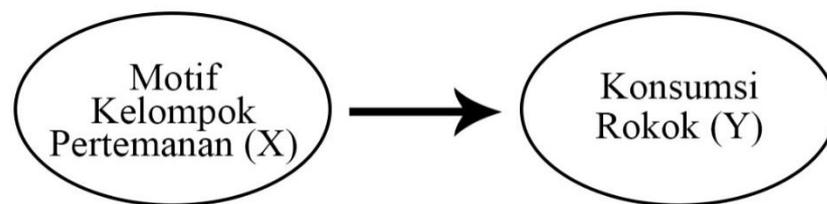
(*secondhand smoke*); (iii) menunjukkan respek terhadap hak orang lain, (iv) mempromosikan kebebasan dari perokok dan bau, (v) dengan cepat digunakan oleh masyarakat umum dan pemilik bar dan restoran dan (vi) memungkinkan pemilik bar dan restoran yang menyukai kebijakan bebas-rokok untuk menerapkannya tanpa risiko kehilangan bisnis secara substansial.

II.3.4 Hubungan antar Penenang dan Konsumsi Rokok

Dikatakan Klinke & Meeker (dalam Aritonang, 1997) bahwa motif para perokok adalah relaksasi. Dengan merokok dapat mengurangi ketegangan, memudahkan berkonsentrasi, pengalaman yang menyenangkan, dan relaksasi. Sedangkan dalam penelitian Johnson (2003), Deskripsi merokok untuk menghilangkan stres terfokus pada kebutuhan untuk rileks dan 'tenang'. Mereka mengklaim bahwa hidup mereka dipenuhi dengan ketegangan dan stres: mereka percaya bahwa merokok membantu menghilangkan perasaan itu.

II.4 Model Konseptual

Berdasarkan tinjauan teoritis tersebut, berikut merupakan model konseptual dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

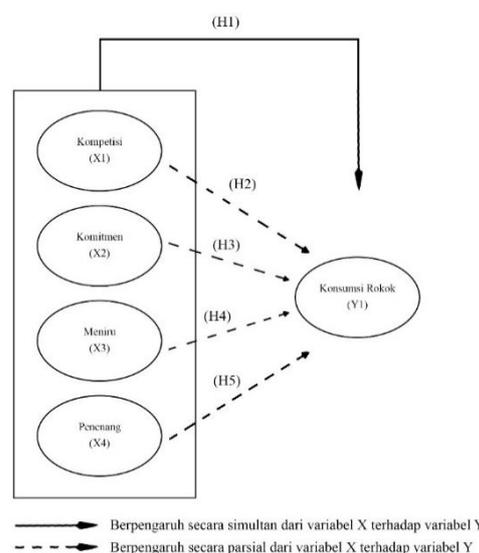


Gambar 2.2 Model Konseptual Penelitian

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

II.5 Model Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan teoritis tersebut, dapat dibuat model hipotesis agar dapat mempermudah memahami hubungan antar variabel. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban dari rumusan masalah penelitian yang belum teruji. Di bawah ini merupakan model hipotesis dalam penelitian ini.

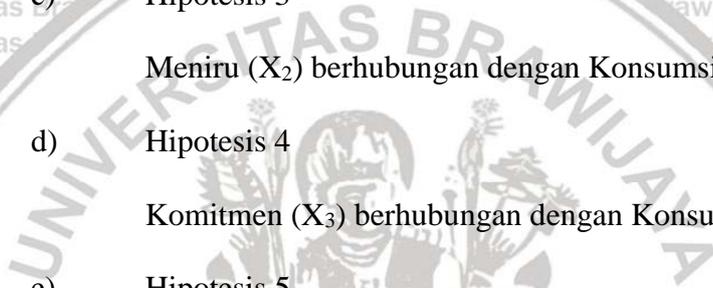


Gambar 2.3 Model Hipotesis Penelitian

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan model hipotesis di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- a) Hipotesis 1
Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4)
berhubungan secara simultan dengan Konsumsi Rokok (Y).
- b) Hipotesis 2
Kompetisi (X_1) berhubungan dengan Konsumsi Rokok (Y)
- c) Hipotesis 3
Meniru (X_2) berhubungan dengan Konsumsi Rokok (Y)
- d) Hipotesis 4
Komitmen (X_3) berhubungan dengan Konsumsi Rokok (Y)
- e) Hipotesis 5
Penenang (X_4) berhubungan dengan Konsumsi Rokok (Y)



BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sudjana (2001) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif.

III.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dilakukan penelitian oleh peneliti.

Adapun lokasi pertama dari penelitian ini berada di Warkop DKI Lagi yang beralamat di Perum D'Wiga Regency Blok B1 No 10, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142. Lokasi pertama tersebut tidak memungkinkan untuk dilakukan penelitian dikarenakan adanya wabah pandemi

covid-19, sehingga lokasi penelitian diganti ke Universitas Brawijaya Malang yang beralamat di Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145. Peneliti memilih lokasi ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh Motif Kelompok Pertemanan terhadap konsumsi rokok oleh para mahasiswa maupun mahasiswi di Universitas Brawijaya. Adapun alasan peneliti memilih mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya sesuai dengan apa yang ingin diteliti yaitu seorang yang sudah dewasa muda dan juga dapat mengurangi kendala-kendala yang dapat menghambat penelitian, seperti susah mendapatkan responden di luar universitas brawijaya yang dapat memperlambat penelitian.

III.3 Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala pengukuran

III.3.1 Konsep

Konsep adalah “istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial” (Singarimbun, 2008). Fungsi konsep adalah sebagai alat untuk mengidentifikasi fenomena yang di observasinya. Pada penelitian, konsep harus dihubungkan dengan realita dan melakukan pengukuran angka pada objek dan kejadian yang diamati menurut aturan yang diungkapkan oleh Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi (2008).

III.3.2 Variabel

Variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya (Kiddler, 1981). Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

a) Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2011), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab dari berubahannya atau penyebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kompetisi, Meniru, Komitmen dan Penenang.

b) Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Konsumsi Rokok.

III.3.3 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati (Azwar, 2007). Dalam penelitian ini definisi operasional variabel yang digunakan adalah:

1. Kompetisi (X_1)

Kompetisi diukur dengan subskala daya saing skala orientasi kerja dan keluarga yang dikembangkan oleh Helmreich dan dan Spence dalam (McAndrew, 2015). Skala ini dimodifikasi dari konsumsi alkohol menjadi konsumsi rokok yang ditujukan kepada kelompok perokok yang masuk dalam kategori dewasa muda.

Tabel 3.1 Butir Pernyataan Kompetensi

Butir Pernyataan asli	Butir Pernyataan yang dimodifikasi
We try harder when we are in competition with other people.	1. Konsumsi rokok teman saya, mempengaruhi konsumsi rokok saya.
We feel that winning is important in both work and games.	2. Ada rasa kemenangan tersendiri apabila konsumsi rokok saya lebih banyak dari teman saya.
We enjoy working in situations involving competition with others.	3. Ada rasa kepuasan ketika membeli rokok yang lebih mahal dibandingkan teman saya. 4. Saya merasa ada kepuasan ketika konsumsi rokok saya lebih banyak daripada teman saya.
It is important to us to perform better than others on a task.	5. Saya menikmati persaingan dengan teman saya dalam mengkonsumsi rokok.
It annoys us when other people perform better than we do.	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

2. Meniru (X_2)

Meniru diukur dengan skala asosiasi diferensial yang dikembangkan oleh Higgins, Fell, & Wilson dalam McAndrew (2015). Enam *item* di dalam skala ini dijadikan satu pernyataan dan ditambahkan tiga pernyataan yang berasal dari Santrock (2007). Pernyataan ini dibuat agar sesuai dengan kelompok perokok dewasa muda.

Butir Pernyataan:

- 1) Banyak teman saya yang mengkonsumsi rokok.
- 2) Kami mengenal kegiatan merokok dari lingkungan pertemanan.
- 3) Kami mengetahui pengetahuan tentang rokok berdasarkan lingkungan pertemanan.
- 4) Ketika sedang berkumpul, saya akan ditawarkan rokok oleh teman saya.

3. Komitmen (X₃)

Komitmen diukur melalui pernyataan yang berasal dari teori Gudlach (2015), teori Fullerton & Taylor (2000), dan Johnson, (2003). Butir pernyataan dibuat agar sesuai dengan kelompok perokok dewasa muda.

Butir Pernyataan:

- 1) Saya merokok dengan tidak mengganggu lingkungan sekitar.
- 2) Saya merokok hanya di tempat yang diperbolehkan.
- 3) Saya memikirkan kesehatan diri sendiri.
- 4) Saya menerima segala risiko setelah mengkonsumsi rokok.
- 5) Saya membatasi jumlah batang rokok setiap harinya.

4. Penenang (X₄)

Penenang diukur menggunakan *Leisure Motivation Scale* (LMS) yang digunakan untuk menilai alasan psikologis dan sosiologis untuk berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi dibuat oleh Beard & Ragheb dalam (Mcandrew, 2015). Skala ini dimodifikasi dari konsumsi alkohol menjadi konsumsi rokok yang ditujukan kepada kelompok perokok yang masuk dalam kategori dewasa muda.

Tabel 3.2 Butir Pernyataan Penenang

Butir Pernyataan asli	Butir Pernyataan yang dimodifikasi
We drink to slow down	1. Dengan merokok, kami merasa lebih santai.
We drink to relieve stress and tension	2. Dengan merokok, kami dapat mengurangi rasa stress.
We drink to create a calm atmosphere	3. Merokok dapat menciptakan suasana tenang bagi kami.
We drink to avoid the hustle and bustle of daily activities	4. Dengan merokok, kami dapat menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari.
We drink to relax physically	5. Merokok setelah melakukan pekerjaan, memberikan efek relaksasi bagi kami.

Sumber: Data diolah penulis (2020)

5. Perilaku konsumsi (Y)

Perilaku konsumsi disini ditujukan kepada perokok dewasa muda.

Indikator yang digunakan menurut Sumarwan (2015).

a) Frekuensi konsumsi

1. Merokok dalam setiap waktu
2. Seringnya merokok dalam setiap kesempatan

b) Jumlah Konsumsi

1. Jumlah Batang rokok yang dihisap setiap waktu
2. Jumlah batang rokok yang dihisap setiap kesempatan

c) Tujuan Konsumsi

1. Memenuhi kebutuhan
2. Membangun rasa percaya diri
3. Kesenangan pribadi

Tabel 3.3 Variabel, Butir Pernyataan, dan Sumber

Variabel	Butir Pernyataan	Sumber
Kompetisi (X ₁)	1) Konsumsi rokok teman saya, mempengaruhi konsumsi rokok saya.	McAndrew (2015)
	2) Ada rasa kemenangan tersendiri apabila konsumsi rokok saya lebih banyak dari teman saya.	
	3) Ada rasa kepuasan ketika membeli rokok yang lebih mahal dibandingkan teman saya.	
	4) Saya merasa ada kepuasan ketika konsumsi rokok saya lebih banyak daripada teman saya	
	5) Saya menikmati persaingan dengan teman saya dalam mengkonsumsi rokok.	
Meniru (X ₂)	1) Banyak teman saya yang mengkonsumsi rokok.	McAndrew (2015)
	2) Kami mengenal kegiatan merokok dari lingkungan pertemanan.	Santrock (2007)
	3) Kami mengetahui pengetahuan tentang rokok berdasarkan lingkungan pertemanan.	
	4) Ketika sedang berkumpul, saya akan ditawarkan rokok oleh teman saya.	
Komitmen (X ₃)	1) Saya merokok dengan tidak mengganggu lingkungan sekitar.	Gudlach (2015)
	2) Saya merokok hanya di tempat yang diperbolehkan.	Fullerton dan Taylor (2000)
	3) Saya memikirkan kesehatan diri sendiri.	
	4) Saya menerima segala risiko setelah mengkonsumsi rokok.	
	5) Saya membatasi jumlah batang rokok setiap harinya.	Johnson (2003)
Penenang (X ₄)	1) Dengan merokok, kami merasa lebih santai.	McAndrew (2015)
	2) Dengan merokok, kami dapat mengurangi rasa stress	
	3) Merokok dapat menciptakan suasana tenang bagi kami.	
	4) Dengan merokok, kami dapat menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari.	
	5) Merokok setelah melakukan pekerjaan, memberikan efek relaksasi bagi kami.	

Lanjutan Tabel 3.3 Variabel, Butir Pernyataan, dan Sumber

Perilaku Konsumsi (Y)	1) Seringnya merokok dalam setiap waktu	Sumarwan (2015)
	2) Seringnya merokok dalam setiap kesempatan	
	3) Jumlah batang rokok yang dihisap setiap waktu	
	4) Jumlah batang rokok yang dihisap di setiap kesempatan	
	5) Memenuhi kebutuhan	
	6) Membangun rasa percaya diri	
	7) Kesenangan pribadi	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

III.3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran *instrument* adalah menentukan satuan yang diperoleh, sekaligus satuan yang diperoleh, sekaligus jenis data atau tingkat data, apakah data tersebut berjenis nominal, ordinal, interval, maupun rasio (Siregar, 2014). Pada penelitian ini digunakan skala likert. Skala Likert menurut Djaali (2008) ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan.

Dalam skala Likert digunakan lima indikator sebagai alat ukur, indikatornya sebagai berikut:

Tabel 3.4 Skala Likert

No.	Skala	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	Skor 5
2.	S	Setuju	Skor 4
3.	R	Ragu-ragu	Skor 3
4.	TS	Tidak Setuju	Skor 2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono (2011)

III.4 Populasi dan Sampel

III.4.1 Populasi

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian.

Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Sedangkan menurut Nazir (2005) menyatakan bahwa populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Kualitas atau ciri tersebut dinamakan variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya Malang yang merupakan perokok aktif. Adapun kriteria populasi dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya Malang
2. Perokok Aktif
3. Berdomisili di Kota Malang
4. Berusia minimal 18 tahun.

III.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2013).

Sedangkan menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasi yang teramat besar, tidak dimungkinkan untuk melakukan penelitian ke semua

populasi disebabkan beberapa faktor yaitu keterbatasan waktu, dana dan biaya.

Sehingga pada pelaksanaan penelitian ini digunakan sampel dari populasi tersebut.

Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Machin & Campbell (1987)

dengan perhitungan sebagai berikut:

a. Rumus Iterasi Pertama:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(up)^2} + 3$$

b. Rumus Iterasi kedua:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

Keterangan:

Up = Standaradized normal random variable corresponding to particular value of the correlation Coefficient p

$U'p$ = Initial estimate of up

$Z_{1-\alpha}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

ρ = perkiraan harga koefisien korelasi = 0,32

α = kekeliruan tipe I, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya ditolak (5%)

β = kekeliruan tipe II, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya diterima (5%)

\ln = log-e

n = ukuran sampel

Dengan menggunakan rumus diatas maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$Z_{1-\alpha} = 1.96$$

$$Z_1 - \beta = 1.6449$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0.327}{1-0.327} \right) = 0.3395$$

$$n = \frac{(Z_{t-a} + Z_{t-b})^2}{(Up')^2} + 3$$

$$= \frac{(1.96 + 1.6449)^2}{(0.3395)^2} + 3 = \frac{(3.6049)^2}{(0.3395)^2} + 3 = 115.747 = 116$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 116 orang responden. Maka Sampel dalam penelitian ini akan menjadi 116 responden yang akan disebar di Kota Malang.

III.5 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Disebabkan karena jumlah populasi tidak diketahui maka sampel dilakukan secara acak. Sampel purposive adalah pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. (Notoadmojo, 2010). Pertimbangan atau kriteria dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam peneliti ini adalah:

1. Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya Malang (Berada pada lembar pertama pada form kuesioner)
2. Perokok Aktif (Berada pada lembar pertama pada form kuesioner)

3. Berdomisili di Kota Malang (Berada pada lembar pertama pada form kuesioner)

4. Berusia minimal 18 tahun (Berada pada lembar pertama pada form kuesioner)

Adapun proses pengambilan dan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti menyebarkan kuesioner secara online di grup *Line* Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

2. Peneliti meminta tolong kepada teman di fakultas lain di Universitas Brawijaya, untuk menyebarkan kuesioner kepada grup fakultasnya agar data yang didapatkan tidak hanya di Fakultas Ilmu Administrasi.

III.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa – peristiwa atau hal – hal atau keterangan – keterangan atau karakteristik – karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Hasan, 2002).

Sumber data yang digunakan penelitian ini, yaitu:

III.6.1 Sumber data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ada dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak pendapat dan lain-lain

(Arikunto, 2013). Sumber data primer pada penelitian ini menggunakan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2011). Sumber sekunder pada penelitian ini diperoleh dari perpustakaan, jurnal, buku, website, dan internet.

III.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Kuesioner ini nantinya akan dibagikan kepada responden yang memiliki ciri-ciri yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen penelitian ini dapat berupa kuesioner, formulir observasi, formulir-formulir lain yang berkaitan dengan pencatatan data dan sebagainya (Notoadmojo, 2010). Instrumen penelitian yang digunakan dengan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dan disebarikan ke grup *line* fakultas-fakultas di Universitas Brawijaya.

2. Kuesioner

Kuesioner ini berupa daftar pertanyaan dan pernyataan secara tertulis yang diberikan kepada responden yang sesuai dengan penelitian yaitu perokok D3 dan S1 di Universitas Brawijaya dengan harapan mendapatkan informasi yang dibutuhkan sebagai data untuk diolah. Data yang dikumpulkan berupa identitas responden seperti nama, usia, jenis kelamin, fakultas, uang saku perbulan, kelompok pertemanan, umur pertama kali merokok, pengeluaran untuk rokok perbulan, konsumsi rokok dalam sehari dan beberapa pertanyaan seputar judul penelitian.

III.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

III.7.1 Uji Validitas

Validitas yaitu keadaan yang menggambarkan ketepatan suatu instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Menurut Neuman (2007) validitas adalah menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan mengacu pada kesesuaian antara konstruk, atau cara seorang peneliti mengkonseptualisasikan ide dalam definisi konseptual dan suatu ukuran. Hal ini mengacu pada seberapa baik ide tentang realitas “sesuai” dengan realitas aktual. Dalam penelitian ini pengukuran validitas menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Sumber: Ancok dalam Effendi dan Tukiran (Ed. 2012:139)

Keterangan:

- r = korelasi *product moment*
- n = jumlah sampel
- x = skor variabel x
- y = skor variabel y
- xy = skor variabel x dikalikan dengan variabel y

III.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2013), reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas digunakan sebagai indikator dalam mempercayai nilai dari suatu tes karena memiliki konsistensi (Jacobs, 1991).

Sehingga apabila instrument memiliki konsistensi akan mendapatkan data yang baik. (Arikunto, 2006) menjelaskan rumus yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Sumber: Mustafa (2013:225)

Keterangan:

- r_n = realibilitas instrumen
- k = banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal
- σ_b^2 = jumlah varians butir
- σ_t = varians total

III.8 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas diperlukan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Kuesioner yang baik harus memenuhi dua persyaratan tersebut, yaitu valid dan reliabel. Uji validitas

dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji coba 25 responden dan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

III.8.1 Hasil Uji Validitas

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan secara tepat data dari variabel yang diteliti.

Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi dari setiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh. Hasil yang didapatkan dibandingkan dengan angka kritis r Product Moment pada taraf signifikansi 0,05. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pernyataan dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Korelasi (r)	Sig.	r_{tabel}	Keterangan
Kompetisi (X_1)	X _{1.1}	0,850	0,000	0,3809	Valid
	X _{1.2}	0,520	0,008	0,3809	Valid
	X _{1.3}	0,832	0,000	0,3809	Valid
	X _{1.4}	0,788	0,000	0,3809	Valid
	X _{1.5}	0,674	0,000	0,3809	Valid
Meniru (X_2)	X _{2.1}	0,738	0,000	0,3809	Valid
	X _{2.2}	0,834	0,000	0,3809	Valid
	X _{2.3}	0,725	0,000	0,3809	Valid
	X _{2.4}	0,694	0,000	0,3809	Valid
Komitmen (X_3)	X _{3.1}	0,547	0,005	0,3809	Valid
	X _{3.2}	0,875	0,000	0,3809	Valid
	X _{3.3}	0,715	0,000	0,3809	Valid
	X _{3.4}	0,700	0,000	0,3809	Valid
	X _{3.5}	0,627	0,001	0,3809	Valid
Penenang (X_4)	X _{4.1}	0,806	0,000	0,3809	Valid
	X _{4.2}	0,698	0,000	0,3809	Valid
	X _{4.3}	0,924	0,000	0,3809	Valid
	X _{4.4}	0,913	0,000	0,3809	Valid
	X _{4.5}	0,914	0,000	0,3809	Valid

Lanjutan Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas

Konsumsi Rokok (Y ₁)	Y _{1.1}	0,896	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.2}	0,904	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.3}	0,917	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.4}	0,920	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.5}	0,711	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.6}	0,854	0,000	0,3809	Valid
	Y _{1.7}	0,795	0,000	0,3809	Valid

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} setiap *item* pernyataan lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa tiap-tiap *item* pernyataan adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa *item-item* tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

III.8.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban dari responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
Kompetisi (X ₁)	0,787	Reliabel
Meniru (X ₂)	0,733	Reliabel
Komitmen (X ₃)	0,715	Reliabel
Penenang (X ₄)	0,906	Reliabel
Konsumsi Rokok (Y)	0,940	Reliabel

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Berdasarkan Tabel diatas tersebut, dapat diketahui bahwa dari hasil uji reliabilitas semua variabel penelitian nilai koefisien Alpha Cronbach lebih besar

dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel.

III.9 Teknik Analisis Data

III.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis data statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa berkmasud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011). Analisis ini mendeskripsikan penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian dari data yang telah dikumpulkan. Jadi analisis deskriptif memiliki tujuan membantu peneliti untuk memahami tentang obyek penelitiannya.

III.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2011) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Sumber: Purwanto dan Sulistyastuti (2017:188)

Keterangan:

Y : Konsumsi Rokok

a : *Intercept* atau konstanta

b : Koefisien Kemiringan regresi

X_1 : Kompetisi
 X_2 : Komitmen

Persamaan regresi linear berganda tersebut kemudian diolah dengan menggunakan *software* SPSS untuk melihat pengaruh *variable independent* terhadap *variable dependent*.

III.9.3 Uji Hipotesis

III.9.3.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji pengaruh parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh antara *variable* bebas secara individu terhadap *variable* terikat. Untuk mengetahui signifikansi koefisien parsial pada penelitian ini dapat menggunakan rumus:

$$\text{Uji } t = \frac{r r_p \sqrt{n-2}}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Sumber: Ikhsan (2015:158)

Keterangan:

t = Nilai t_{tabel}
 r_p = Nilai korelasi
 n = Banyaknya Pengamatan

Perhitungan menggunakan tingkat kesalahan 5%. Ketentuan yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau nilai sig $> \alpha$

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau nilai sig $< \alpha$

III.9.3.2 Uji Pengaruh Bersama (Uji f)

Dalam menguji hipotesis digunakan uji pengaruh, penelitian ini menggunakan uji F dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus:

$$\text{Uji F} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sumber: Ikhsan (2015:158)

Keterangan :

- F : Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}
- K : Jumlah variable *independent*
- R^2 : Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan
- n : Jumlah sampel

Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0.05 ($\alpha = 5\%$) karena dalam ilmu – ilmu sosial tingkat signifikan 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antara variable yang diteliti.

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikasi $F > 0,05$ maka H_0 (nol) diterima (koefisien regresi tidak berpengaruh signifikan) ini berarti variable *independent* tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terdapat variable *dependent*
- b. Jika nilai signifikasi $F < 0,05$ maka H_0 (nol) ditolak (koefisien regresi berpengaruh signifikan) ini berarti variabel *independent* tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terdapat variabel *dependent*.

Penentuan penerimaan atau penolakan berdasarkan F hasil perhitungan yang dibandingkan dengan F_{tabel} adalah sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

III.9.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) (Siregar, 2013:252) yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Sumber: Siregar (2013:252)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas Brawijaya berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 1 Tahun 1963, dan kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1963 tertanggal 23 September 1963. Nama dari Brawijaya berasal dari gelar raja-raja Majapahit yang merupakan kerajaan besar di Indonesia pada abad 12 sampai 15. Universitas Brawijaya resmi menjadi Universitas Negeri melalui Surat Keputusan Presiden di tahun itu. Akhirnya, pada tanggal itu pula ditetapkan sebagai *Dies Natalis* Universitas Brawijaya. Universitas ini semula berstatus swasta, dengan embrio sejak tahun 1957, yaitu berupa Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi yang merupakan cabang Universitas Swasta Sawerigading, Makasar. Universitas Brawijaya memiliki misi dan tujuan yaitu:

Misi Universitas Brawijaya adalah:

1. Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasional agar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan atau profesi atau vokasi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan/atau berkemampuan entrepreneur dan melakukan pengembangan

2. Penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi, humaniora dan seni, serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

Sedangkan tujuan dari Universitas Brawijaya adalah:

1. Menghasilkan sumberdaya manusia yang berkualitas, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, mampu membelajarkan diri, memiliki wawasan yang luas, memiliki disiplin dan etos kerja, sehingga menjadi tenaga akademis dan professional yang tangguh dan mampu bersaing di tingkat internasional
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni guna mendorong pengembangan budaya
3. Membantu pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Hasil pemeringkatan perguruan tinggi yang dilakukan oleh Kemenristekdikti (Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi) pada tahun 2016, Universitas Brawijaya berhasil meraih peringkat ke-5 perguruan tinggi terbaik se-Indonesia. Dalam pemeringkatan perguruan tinggi se-Asia, Universitas Brawijaya memasuki jajaran posisi 301-350 perguruan tinggi terbaik se-Asia. Sementara itu, untuk peringkat perguruan tinggi di dunia, Universitas Brawijaya memasuki peringkat 701+ menurut QS World University Rankings. Tak hanya itu, pada tahun 2013 Universitas Brawijaya mendapatkan rating 3 bintang dari QS Stars untuk Excellence 2013. Universitas Brawijaya sendiri memiliki 15 fakultas, 1 program

pendidikan Vokasi, dan 1 program pendidikan Pascasarjana yang terbagi menjadi 148 Program Studi. (Quipper.com)

IV.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria populasi, yaitu mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya, seorang perokok aktif, dan berdomisili di Kota Malang. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, fakultas, uang saku perbulan, kelompok pertemanan, umur pertama kali merokok, uang yang dihabiskan untuk rokok dalam sebulan, dan konsumsi rokok dalam sehari.

Gambaran dari karakteristik responden dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

IV.2.1 Usia Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dapat diketahui bahwa responden yang memiliki usia 21 tahun merupakan responden terbanyak dengan 50 orang responden, selanjutnya responden berusia 22 tahun sebanyak 39 responden, dan selanjutnya responden berumur 20 tahun sebanyak 15 orang responden. Gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	18	2	1,7
2	19	3	2,6

Lanjutan Tabel 4.1 Usia Responden

3	20	15	12,9
4	21	50	43,1
5	22	39	33,6
6	23	5	4,3
7	24	2	1,7
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia 21 tahun mendominasi konsumsi rokok di kota malang, yaitu sebanyak 50 responden atau dengan persentase sebesar 43,1%.

IV.2.2 Jenis Kelamin Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 89 responden atau 76,7%, sedangkan perempuan sebanyak 27 responden atau 23,3%. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	89	76,7
2	Perempuan	27	23,3
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki mendominasi konsumsi rokok di kota malang, yaitu sebanyak 89 responden atau dengan persentase sebesar 76,7%.

IV.2.3 Fakultas Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan Fakultas. Dapat diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari fakultas ilmu adminstrasi sebanyak 23 responden, selanjutnya berasal dari fakultas ilmu budaya dan ilmu sosial dan politik sebanyak 15 responden dan ketiga terbanyak merupakan fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 12 responden.

Gambaran responden berdasarkan fakultas responden dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Fakultas Responden

No.	Fakultas	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ekonomi dan Bisnis	12	10,3
2	Hukum	7	6,0
3	Ilmu Administrasi	23	19,8
4	Ilmu Budaya	15	12,9
5	Ilmu Komputer	9	7,8
6	Ilmu Perikanan dan Kelautan	3	2,6
7	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	15	12,9
8	Kedokteran	3	2,6
9	MIPA	3	2,6
10	Pertanian	10	8,6

Lanjutan Tabel 4.3 Fakultas Responden

11	Teknik	9	7,8
12	Teknologi Pertanian	2	1,7
13	Vokasi	5	4,3
	Total	116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan fakultas ilmu adminsitrasi mendominasi konsumsi rokok, yaitu sebanyak 23 orang atau dengan persentase sebesar 19,8%.

IV.2.4 Uang Saku Perbulan Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan uang saku perbulan. Dapat diketahui bahwa jumlah uang saku sebesar > Rp. 2.000.000 merupakan responden terbanyak sebanyak 42 responden, selanjutnya uang saku sebesar Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000 sebanyak 31 responden, dan ketiga terbanyak merupakan responden dengan uang saku sebesar Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000 dengan 23 responden. Gambaran responden berdasarkan uang saku perbulan responden dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Uang Saku Perbulan Responden

No.	Uang Saku Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< Rp. 500.000	9	7,8
2	Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000	11	9,5

Lanjutan Tabel 4.4 Uang Saku Perbulan Responden

3	Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000	23	19,8
4	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	31	26,7
5	> Rp. 2.000.000	42	36,2
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan uang saku sebesar > Rp. 2.000.000 mendominasi konsumsi rokok, yaitu sebanyak 42 orang atau dengan persentase sebesar 36,2%.

IV.2.5 Kelompok Pertemanan Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan kelompok pertemanan. Dapat diketahui bahwa kelompok pertemanan teman kuliah merupakan responden terbanyak sebanyak 45 responden, selanjutnya kelompok pertemanan organisasi kuliah sebanyak 31 responden, dan ketiga terbanyak merupakan responden dengan kelompok pertemanan teman SMA sebanyak 23 responden. Gambaran responden berdasarkan kelompok pertemanan responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Kelompok Pertemanan Responden

No.	Kelompok Pertemanan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Teman Kuliah	45	39,7
2	Organisasi Kuliah	27	23,3

Lanjutan Tabel 4.5 Kelompok Pertemanan

3	Teman SMA	23	19,8
4	Komunitas	9	7,8
5	Teman Nongkrong	8	6,9
6	DII	3	2,6
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan kelompok pertemanan teman kuliah mendominasi konsumsi rokok, yaitu sebanyak 45 orang atau dengan persentase sebesar 39,7%.

IV.2.6 Umur Pertama Kali Merokok Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan umur pertama kali merokok responden. Dapat diketahui bahwa mencoba rokok pada umur 14-16 tahun merupakan responden terbanyak sebanyak 52 responden, selanjutnya pada umur 17-19 tahun sebanyak 40 responden, dan ketiga terbanyak merupakan responden dengan umur 11-13 tahun sebanyak 18 responden. Gambaran responden berdasarkan umur pertama kali mencoba rokok dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Umur Pertama Kali Merokok

No.	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 11	2	1,7
2	11 – 13	18	15,5
3	14 – 16	52	44,8

Lanjutan Tabel 4.6 Umur Pertama Kali Merokok

4	17 – 19	40	34,5
5	> 19	4	3,4
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan umur pertama kali mencoba rokok pada umur 14-16 tahun mendominasi konsumsi rokok di kota malang, yaitu sebanyak 52 responden atau dengan persentase sebesar 44,8%.

IV.2.7 Pengeluaran Untuk Rokok Responden Perbulan

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan uang merokok dalam sebulan. Dapat diketahui bahwa pengeluaran untuk rokok Rp. 100.001 – Rp. 200.000 merupakan responden terbanyak dengan 29 responden, selanjutnya pengeluaran Rp. 200.001 – Rp. 300.000 sebanyak 28 responden, dan ketiga terbanyak merupakan responden dengan pengeluaran < Rp. 100.000 sebanyak 24 responden. Gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Pengeluaran Untuk Rokok Dalam Sebulan

No.	Pengeluaran Untuk Rokok Dalam Sebulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< Rp.100.000	24	20,7
2	Rp. 100.001 – Rp. 200.000	29	25,0
3	Rp. 200.001 – Rp. 300.000	28	24,1

Lanjutan Tabel 4.7 Pengeluaran Untuk Rokok Dalam Sebulan

4	Rp. 300.001 – Rp. 400.000	19	16,4
5	> Rp. 400.000	16	13,8
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan uang merokok dalam sebulan Rp. 100.001 – Rp. 200.000 mendominasi konsumsi rokok di kota malang, yaitu sebanyak 29 responden atau dengan persentase sebesar 25%.

IV.2.8 Konsumsi Rokok Dalam Sehari Responden

Data yang tertera pada Tabel di bawah ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan konsumsi rokok dalam sehari. Dapat diketahui bahwa responden yang mengkonsumsi rokok 2-5 batang perhari merupakan responden terbanyak dengan 43 responden, selanjutnya responden dengan konsumsi rokok 6-10 batang perhari sebanyak 34 responden, dan ketiga terbanyak merupakan responden dengan konsumsi rokok 11-20 batang perhari dengan 22 responden.

Gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Konsumsi Rokok Perhari

No.	Konsumsi Rokok Perhari	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 batang perhari	8	6,9
2	2 -5 batang perhari	43	37,1
3	6 – 10 batang perhari	34	29,3

Lanjutan Tabel 4.8 Konsumsi Rokok Perhari

4	11-20 batang perhari	22	19,0
5	> 20 batang perhari	9	7,8
Total		116	100

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan konsumsi rokok 2-5 batang perhari mendominasi konsumsi rokok di kota malang, yaitu sebanyak 43 responden atau dengan persentase sebesar 37,1%.

IV.3 Analisis Data

IV.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu variabel Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3) dan Penenang (X_4) sebagai variabel independen dan variabel Konsumsi Rokok (Y) sebagai variabel dependen. Setelah peneliti mentabulasikan data kedalam tabel kemudian peneliti mencari tahu mean score dari setiap butir kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Kriteria dalam interpretasi mean score dari jawaban yang diberikan mengacu pada Tabel 4.9. Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada 150 responden, untuk mengetahui mean score pada setiap butir kuesioner maka harus

ditentukan panjang interval kelas. panjang interval kelas dapat ditentukan dengan rumus Struges sebagai berikut:

$$R = X_n - X_1$$

$$C = \frac{R}{K}$$

$$C = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

C = Perkiraan kelas interval

K = Banyaknya kelas

X₁ = Nilai skor tertinggi

X_n = Nilai Skor terendah

Sehingga pengkategorian nilai rata-rata jawaban responden atau kriteria interpretasi rata-rata skor dari jawaban dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor

No.	Nilai Skor	Interpretasi
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
2	1,81 - 2,60	Tidak Setuju
3	2,61 - 3,40	Netral
4	3,41 - 4,20	Setuju
5	4,21 - 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Supranto (2008)

IV.3.1.1 Distribusi Frekuensi Variabel Motif Kelompok Pertemanan (X)

IV.3.1.1.1 Distribusi Frekuensi Variabel Kompetensi (X₁)

Pada variabel Kompetensi (X₁) terdapat 5 item pernyataan diberikan kepada responden dengan distribusi frekuensi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kompetensi (X₁)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X1.1	2	1,7	14	12,1	35	30,2	56	48,3	9	7,8	116	100	2,52
X1.2	2	1,7	9	7,8	21	18,1	42	36,2	42	36,2	116	100	2,03
X1.3	0	0	9	7,9	29	25,0	50	43,1	28	24,1	116	100	2,16
X1.4	2	1,7	8	6,9	24	20,7	42	36,2	40	34,5	116	100	2,05
X1.5	1	0,9	8	6,9	12	10,3	59	50,9	36	31,0	116	100	1,96
<i>Grand Mean Score</i>												2,14	

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

X_{1.1} = Konsumsi rokok teman saya, mempengaruhi konsumsi rokok saya.

X_{1.2} = Ada rasa kemenangan tersendiri apabila konsumsi rokok saya lebih banyak dari teman saya.

X_{1.3} = Ada rasa kepuasan ketika membeli rokok yang lebih mahal dibandingkan teman saya.

X_{1.4} = Saya merasa ada kepuasan ketika konsumsi rokok saya lebih banyak dari teman saya.

X_{1.5} = Saya menikmati persaingan dengan teman saya dalam mengkonsumsi rokok.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada item X_{1.1} sebanyak 56 orang responden (48,3%) menjawab “Tidak Setuju”, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan sebanyak 14 orang responden (12,1%) menjawab “Setuju”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah tidak setuju. Mean dari item ini sebesar 2,52 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa bahwa konsumsi rokok dirinya tidak dipengaruhi dari banyaknya konsumsi rokok temannya.

Pada item X_{1.2} sebanyak 42 orang responden (36,2%) menjawab “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju”, dan sebanyak 21 orang responden (18,1%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah tidak setuju dan sangat tidak setuju mendapatkan total jawaban yang sama. Mean dari item ini sebesar 2,03 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa tidak ada rasa kemenangan bagi dirinya sendiri ketika mengkonsumsi rokok lebih banyak dari temannya.

Pada item X_{1.3} yang menyatakan bahwa ada rasa kepuasan ketika membeli rokok yang lebih mahal dibandingkan teman saya memperoleh hasil sebanyak 50 orang responden (43,1%) menjawab “Tidak Setuju”, sebanyak 29 orang responden (25%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan sebanyak 28 orang responden (24,1%) menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden adalah tidak setuju. Mean dari item ini sebesar 2,16 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa bahwa membeli rokok lebih mahal dari temannya tidak memberikan kepuasan kepada dirinya.

Pada item $X_{1.4}$ sebanyak 42 orang responden (36,2%) menjawab “Tidak Setuju”, sebanyak 40 orang responden (34,5%) menjawab “Sangat Tidak Setuju”, dan sebanyak 24 orang responden (20,7%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah tidak setuju. Mean dari item ini sebesar 2,05 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa bahwa tidak ada kepuasan kepada dirinya ketika mengkonsumsi rokok lebih banyak daripada temannya.

Pada item $X_{1.5}$ jawaban yang paling banyak dipilih adalah “Tidak Setuju” sebanyak 59 orang responden atau sebesar 50,9%, sisanya sebanyak 36 orang responden atau sebesar 31% menjawab “Sangat Tidak Setuju”, 12 orang responden atau sebesar 10,3% menjawab “Ragu-Ragu”. Mean pada item $X_{1.5}$ sebesar 1,96 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, yang artinya responden merasa tidak menikmati situasi persaingan dengan temannya dalam mengkonsumsi rokok.

IV.3.1.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Meniru (X_2)

Pada variabel Meniru (X_2) terdapat 4 item pernyataan diberikan kepada responden dengan distribusi frekuensi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Meniru (X_2)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah		Mean
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item
X2.1	34	29,3	63	54,3	15	12,9	4	3,4	0	0	116	100	4,09
X2.2	31	26,7	51	44,0	24	20,7	9	7,8	1	0,9	116	100	3,88
X2.3	21	18,1	66	56,9	20	17,2	8	6,9	1	0,9	116	100	3,84

Lanjutan Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel

X2.4	15	12,9	73	62,9	22	19,0	5	4,3	1	0,9	116	100	3,83
<i>Grand Mean Score</i>												3,91	

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

X_{2.1} = Banyak teman saya yang mengkonsumsi rokok

X_{2.2} = Kami mengenal kegiatan merokok dari lingkungan pertemanan.

X_{2.3} = Kami mengetahui pengetahuan tentang rokok berdasarkan lingkungan pertemanan.

X_{2.4} = Ketika sedang berkumpul, saya akan ditawarkan rokok oleh teman saya.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada item X_{2.1} sebanyak 63 orang responden (54,3%) menjawab “Setuju”, selanjutnya sebanyak 34 orang responden (29,3%) menjawab “Sangat Setuju”, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan tidak ada responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju”.

Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,09 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa di dalam lingkungan pertemanannya banyak yang mengkonsumsi rokok.

Pada item X_{2.2} yang menyatakan bahwa kami mengenal kegiatan merokok dari lingkungan pertemanan memperoleh hasil sebanyak 51 orang responden (44%) menjawab “Setuju”, sebanyak 31 orang responden (26,7%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 24 orang responden (20,7%) menjawab “Ragu-Ragu”.

Mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden adalah setuju. Mean dari item

ini sebesar 3,88 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa mengetahui rokok dari lingkungan pertemanannya.

Pada item X_{2.3} jawaban yang paling banyak dipilih adalah “Setuju” sebanyak 66 orang responden atau sebesar 56,9%, sisanya yaitu sebanyak 21 orang responden atau sebesar 18,1% menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 20 orang responden atau sebesar 17,2% menjawab “Ragu-Ragu”. Mean pada item X_{2.3} sebesar 3,84 termasuk dalam kategori “Setuju”, yang artinya responden mendukung pernyataan item X_{2.3} yang menyatakan bahwa responden merasa mengetahui pengetahuan tentang mengkonsumsi rokok dari lingkungan pertemanannya.

Pada item X_{2.4} sebanyak 73 orang responden (62,9%) menjawab “Setuju”, sebanyak 22 orang responden (19%) menjawab “Ragu-Ragu”, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menjawab “Sangat Setuju”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 3,83 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa ketika sedang berkumpul bersama teman, ia ditawarkan untuk mengkonsumsi rokok.

IV.3.1.1.3 Distribusi Frekuensi Variabel Komitmen (X₃)

Pada variabel Komitmen (X₃) terdapat 5 item pernyataan diberikan kepada responden dengan distribusi frekuensi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Komitmen (X₃)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X3.1	33	28,4	60	51,7	15	12,9	7	6,0	1	0,9	116	100	4,01

Lanjutan Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Komitmen (X₃)

X3.2	45	38,8	57	49,1	7	6,0	6	5,2	1	0,9	116	100	4,20
X3.3	27	23,3	67	57,8	15	12,9	6	5,2	1	0,9	116	100	3,97
X3.4	24	20,7	74	63,8	11	9,5	7	6,0	0	0	116	100	3,99
X3.5	34	29,3	60	51,7	16	13,8	4	3,4	2	1,7	116	100	4,03
<i>Grand Mean Score</i>													4,04

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

X_{3.1} = Saya merokok dengan tidak mengganggu lingkungan sekitar.

X_{3.2} = Saya merokok hanya di tempat yang diperbolehkan.

X_{3.3} = Saya memikirkan kesehatan diri sendiri.

X_{3.4} = Saya menerima segala risiko setelah mengkonsumsi rokok.

X_{3.5} = Saya membatasi jumlah batang rokok setiap harinya.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada item X_{3.1} sebanyak 60 orang responden (51,7%) menjawab “Setuju”, sebanyak 33 orang responden (28,4%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 15 orang responden (12,9%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,01 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa memiliki tanggung jawab untuk mengkonsumsi rokok tanpa mengganggu lingkungan sekitar.

Pada item X_{3.2} sebanyak 57 orang responden (49,1%) menjawab “Setuju”, sebanyak 45 orang responden (38,8%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 7 orang responden (6%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih

oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,20 termasuk dalam kategori “Tidak Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa selalu merokok di tempat yang diperbolehkan.

Pada item $X_{3.3}$ jawaban yang paling banyak dipilih adalah “Setuju” sebanyak 67 orang responden atau sebesar 57,8%, sisanya yaitu sebanyak 27 orang responden atau sebesar 23,3% menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 15 orang responden atau sebesar 12,9% menjawab “Ragu-Ragu”. Mean pada item $X_{3.3}$ sebesar 3,97 termasuk dalam kategori “Setuju”, yang artinya responden merasa bertanggung jawab atas kesehatan dirinya sendiri.

Pada item $X_{3.4}$ sebanyak 74 orang responden (63,8%) menjawab “Setuju”, sebanyak 24 orang responden (20,7%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 11 orang responden (9,5%) menjawab “Ragu-Ragu” dan tidak ada responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 3,99 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa siap menerima segala risiko yang akan terjadi setelah dirinya mengkonsumsi rokok.

Pada item $X_{3.5}$ yang menyatakan bahwa saya membatasi jumlah batang rokok setiap harinya memperoleh hasil sebanyak sebanyak 60 orang responden (51,7%) menjawab “Setuju”, sebanyak 34 orang responden (29,3%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 16 orang responden (13,8%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden adalah Setuju. Mean dari item ini sebesar 4,03 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa membatasi konsumsi batang rokok setiap harinya.

IV.3.1.1.4 Distribusi Frekuensi Variabel Penenang (X₄)

Pada variabel Penenang (X₄) terdapat 5 item pernyataan diberikan kepada responden dengan distribusi frekuensi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Penenang (X₄)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X4.1	45	38,8	57	49,1	11	9,5	2	1,7	1	0,9	116	100	4,23
X4.2	47	40,5	49	42,2	16	13,8	3	2,6	1	0,9	116	100	4,19
X4.3	35	30,2	56	48,3	20	17,2	3	2,6	2	1,7	116	100	4,03
X4.4	34	29,3	57	49,1	20	17,2	4	3,4	1	0,9	116	100	4,03
X4.5	38	32,8	62	53,4	12	10,3	3	2,6	1	0,9	116	100	4,15
<i>Grand Mean Score</i>												4,13	

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

X_{4.1} = Dengan merokok, kami merasa lebih santai.

X_{4.2} = Dengan merokok, kami dapat mengurangi rasa stres.

X_{4.3} = Merokok dapat menciptakan suasana tenang bagi kami.

X_{4.4} = Dengan merokok, kami dapat menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari.

X_{4.5} = Merokok setelah melakukan pekerjaan, memberikan efek relaksasi bagi kami.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada item X_{4.1} sebanyak 57 orang responden (49,1%) menjawab "Setuju", sebanyak 45 orang responden (38,8%) menjawab

“Sangat Setuju”, dan sebanyak 11 orang responden (9,5%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,23 termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa mengkonsumsi rokok untuk bersantai.

Pada item $X_{4.2}$ sebanyak 49 orang responden (42,2%) menjawab “Setuju”, sebanyak 47 orang responden (40,5%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 16 orang responden (13,8%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,19 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa mengkonsumsi rokok dapat mengurangi rasa stress pada diri kami.

Pada item $X_{4.3}$ sebanyak 56 orang responden (48,3%) menjawab “Setuju”, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 20 orang responden (17,2%). Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 4,03 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa mengkonsumsi rokok dapat menciptakan suasana tenang bagi kami.

Pada item $X_{4.4}$ yang menyatakan bahwa Dengan merokok, kami dapat menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari memperoleh hasil sebanyak 34 orang sebanyak 57 orang responden (49,1%) menjawab “Setuju”, responden (29,3%) menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 20 orang responden (17,8%) menjawab “Ragu-Ragu”. Mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden adalah Setuju. Mean dari item ini sebesar 4,03 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga

dapat disimpulkan bahwa responden merasa mengkonsumsi rokok untuk menghindari hiruk-pikuk kegiatan sehari-hari.

Pada item X_{4.5} jawaban yang paling banyak dipilih adalah “Setuju” sebanyak 62 orang responden atau sebesar 53,4%, sisanya yaitu sebanyak 38 orang responden atau sebesar 32,8% menjawab “Sangat Setuju”, dan sebanyak 12 orang responden atau sebesar 10,3% menjawab “Ragu-Ragu”. Mean pada item X_{4.5} sebesar 4,15 termasuk dalam kategori “Setuju”, yang artinya responden merasa mengkonsumsi rokok setelah melakukan suatu pekerjaan, dapat memberikan efek relaksasi.

IV.3.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Rokok (Y)

Pada variabel Konsumsi Rokok (Y) terdapat 7 item pernyataan diberikan kepada responden dengan distribusi frekuensi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Rokok (Y)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah	Mean	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Y.1.1	19	16,4	61	52,6	26	22,4	10	8,6	0	0	116	100	3,77
Y.1.2	14	12,1	57	49,1	35	30,2	10	8,6	0	0	116	100	3,65
Y1.3	16	13,8	57	49,1	35	30,2	8	6,9	0	0	116	100	3,70
Y1.4	12	10,3	61	52,6	35	30,2	8	6,9	0	0	116	100	3,66
Y1.5	6	5,2	63	54,3	43	37,1	4	3,4	0	0	116	100	3,61
Y1.6	4	3,4	41	35,3	64	55,2	7	6,0	0	0	116	100	3,36
Y1.7	18	15,5	64	55,2	28	24,1	6	5,2	0	0	116	100	3,81

Lanjutan Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Rokok (Y)

<i>Grand Mean Score</i>	3,65
-------------------------	-------------

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Y_{1.1} = Saya merokok lebih dari 3x sehari

Y_{1.2} = Saya merokok setiap ada kesempatan

Y_{1.3} = Setiap kali saya merokok, saya menghabiskan lebih dari 1 batang rokok.

Y_{1.4} = Setiap kali ada kesempatan, saya menghabiskan lebih dari 1 batang rokok.

Y_{1.5} = Saya merokok untuk memenuhi keinginan pribadi saya.

Y_{1.6} = Saya merokok untuk membangun rasa percaya diri.

Y_{1.7} = Saya merokok karena kesenangan diri saya sendiri.

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada item Y_{1.1} memperoleh hasil sebanyak 61 orang responden (52,6%) menjawab “Setuju”, sebanyak 26 orang responden (22,4%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan sebanyak 19 orang responden (16,4%) menjawab “Sangat Setuju”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item yang menyatakan bahwa saya merokok lebih dari 3x sehari adalah sebesar 3,77 yang termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa merokok lebih dari tiga kali sehari.

Pada item Y_{1.2} diperoleh hasil sebanyak 57 orang responden (49,1%) menjawab “Setuju”, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menjawab “Ragu-Ragu”, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menjawab “Sangat Setuju”. Jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item Y_{1.2} adalah sebesar 3,65 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat disimpulkan jika responden merasa akan merokok ketika adanya kesempatan.

Pada item $Y_{1.3}$ jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden adalah “Setuju” dengan jumlah sebanyak 57 orang responden (49,1%), sisanya sebanyak 16 orang responden (13,8%) menjawab “Sangat Setuju”, dan tidak ada responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Mean pada item ini sebesar 3,70 termasuk dalam kategori “Setuju”, sehingga dapat ditarik kesimpulan jika responden merasa setiap kali merokok, ia menghabiskan lebih dari 1 batang rokok.

Pada item $Y_{1.4}$ yang menyatakan bahwa setiap kali ada kesempatan, saya menghabiskan lebih dari 1 batang rokok memperoleh hasil sebanyak 61 orang responden (52,6%) menjawab “Setuju”, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan sebanyak 12 orang responden (10,3%) menjawab “Sangat Setuju”. Mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden adalah setuju. Mean yang dihasilkan dari item ini sebesar 3,66 termasuk dalam kategori “Setuju” yang berarti responden merasa bahwa ketika adanya kesempatan untuk merokok, ia akan menghabiskan rokok lebih dari satu batang.

Pada item $Y_{1.5}$ diperoleh hasil sebanyak 63 orang responden (54,3%) menjawab “Setuju”, sebanyak 43 orang responden (37,1%) menjawab “Ragu-Ragu”, dan sebanyak 6 orang responden (5,2%) menjawab “Sangat Setuju”, sehingga mayoritas jawaban yang dipilih adalah setuju. Mean dari item $Y_{1.5}$ sebesar 3,61 termasuk dalam kategori “Setuju” yang berarti responden merasa merokok dapat memenuhi keinginan pribadinya.

Pada item $Y_{1.6}$ yang menyatakan bahwa saya merokok untuk membangun rasa percaya diri, memperoleh hasil sebanyak sebanyak 64 orang responden (55,2%) menjawab “Ragu-Ragu”, sebanyak 41 orang responden (35,3%) menjawab

“Setuju”, dan sebanyak 7 orang responden (6%) menjawab “Tidak Setuju”.

Jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden adalah ragu-ragu. Mean dari item ini sebesar 3,36 termasuk dalam kategori “Netral”, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden merasa merokok cukup memberikan efek membangun untuk kepercayaan diri.

Pada item $Y_{1.7}$ yang menyatakan bahwa saya merokok karena kesenangan diri saya sendiri memperoleh hasil sebanyak 64 orang responden (55,2%) menjawab

“Setuju”, sebanyak 18 orang responden (15,5%) menjawab “Sangat Setuju”, dan tidak ada responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden adalah setuju. Mean dari item ini sebesar 3,81 termasuk dalam kategori “Setuju”, yang berarti bahwa responden merasa merokok dapat memberikan kesenangan pada dirinya sendiri.

IV.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) terhadap variabel terikat, yaitu Konsumsi Rokok.

IV.4.1 Hasil Analisis Linier Berganda

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel independen pada penelitian ini adalah Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Konsumsi Rokok (Y).

Analisis regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS for windows ver26.00. Hasil perhitungan dari analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.15 Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15,030	2,869		5,238	0,000
X1	0,233	0,074	0,229	3,149	0,002
X2	0,344	0,110	0,229	3,131	0,002
X3	-0,285	0,084	-0,237	-3,409	0,001
X4	0,408	0,085	0,353	4,790	0,000

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Keterangan:

X₁ = Kompetisi

X₂ = Meniru

X₃ = Komitmen

X₄ = Penenang

Berdasarkan pada Tabel 4.19, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,030 + 0,233 X_1 + 0,344 X_2 - 0,285 X_3 + 0,408 X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 15,030 menunjukkan bahwa rata-rata Konsumsi Rokok jika tidak ada variabel bebas bernilai 15,030.
- B₁ = 0,233, artinya Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,233 satuan untuk setiap tambahan satuan X₁ (Kompetisi). Jadi apabila Kompetisi mengalami peningkatan 1 satuan, maka Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,172 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- B₂ = 0,344, artinya Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,344 satuan untuk setiap tambahan satuan X₂ (Meniru). Jadi apabila Meniru mengalami

peningkatan 1 satuan, maka Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,344 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

d. $B_3 = -0,285$, artinya Konsumsi Rokok akan menurun sebesar 0,285 satuan untuk setiap tambahan satuan X_3 (Komitmen). Jadi apabila Komitmen mengalami peningkatan 1 satuan, maka Konsumsi Rokok akan menurun sebesar 0,285 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

e. $B_4 = 0,408$, artinya Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,408 satuan untuk setiap tambahan satuan X_4 (Penenang). Jadi apabila Kompetisi mengalami peningkatan 1 satuan, maka Konsumsi Rokok akan meningkat sebesar 0,408 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa Kompetisi, Meniru, dan Penenang meningkat maka akan diikuti Konsumsi Rokok. Sedangkan jika Komitmen meningkat maka akan diikuti penurunan Konsumsi Rokok. Dapat dilihat dari interpretasi diatas bahwa variabel Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) memiliki hubungan terhadap Konsumsi Rokok. Semua variabel bebas memiliki hubungan positif, sedangkan variabel Komitmen (X_3) memiliki hubungan negatif terhadap Konsumsi Rokok pada mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya.

IV.5 Pengujian Hipotesis

IV.5.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu Kompetisi (X1), Meniru (X2), Komitmen (X3), dan Penenang (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya, yaitu Konsumsi Rokok (Y). Apabila hasil yang diperoleh adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hasilnya signifikan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji F atau uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel dibawah berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1153,777	4	288,444	34,324	0,000
Residual	932,800	111	8,404		
Total	2086,578	115			

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel diatas tersebut, dapat dilihat bahwa nilai sig. F hitung sebesar 34,324, sedangkan F tabel ($\alpha = 0,05$; db regresi = 4 ; db residual = 111) adalah sebesar 2,45 atau nilai sig F (0,000) $< \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Konsumsi Rokok) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Kompetisi (X1), Meniru (X2), Komitmen(X3), dan Penenang (X4)).

IV.5.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai t tabel, apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka hasil yang didapatkan adalah pengaruh signifikan atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel dibawah berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji t

Variabel Terikat	Variabel Bebas	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Konsumsi Rokok (Y)	X ₁	3,149	1,981	0,002	Signifikan
	X ₂	3,131	1,981	0,002	Signifikan
	X ₃	- 3,409	1,981	0,001	Signifikan
	X ₄	4,790	1,981	0,000	Signifikan

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

- Uji t antara X₁ (Kompetisi) dengan Y (Konsumsi Rokok) menunjukkan t hitung = 3,149, sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05$; db residual 111) adalah sebesar 1,981 atau nilai sig t (0,002) $<$ $\alpha = 0,05$ maka pengaruh X₁ (Kompetisi) terhadap Konsumsi Rokok adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Konsumsi Rokok dapat

dipengaruhi signifikan oleh Kompetisi atau dengan meningkatnya Kompetisi maka Konsumsi Rokok akan mengalami peningkatan secara nyata.

b. Uji t antara X2 (Meniru) dengan Y (Konsumsi Rokok) menunjukkan t hitung = 3,131, sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05$; db residual 111) adalah sebesar 1,981 atau nilai sig t ($0,002 < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X2 (Meniru) terhadap Konsumsi Rokok adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan

H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Konsumsi Rokok dapat dipengaruhi signifikan oleh Meniru atau dengan meningkatnya Meniru maka Konsumsi Rokok akan mengalami peningkatan secara nyata.

c. Uji t antara X3 (Komitmen) dengan Y (Konsumsi Rokok) menunjukkan t hitung = -3,409, sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05$; db residual 111) adalah sebesar 1,981 atau nilai sig t ($0,001 < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X3 (Komitmen) terhadap Konsumsi Rokok adalah signifikan. Hal ini berarti H0 diterima dan

H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Konsumsi Rokok dipengaruhi signifikan oleh Komitmen atau dengan meningkatnya Komitmen maka Konsumsi Rokok akan mengalami penurunan secara nyata.

d. Uji t antara X4 (Penenang) dengan Y (Konsumsi Rokok) menunjukkan t hitung = 4,790, sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05$; db residual 111) adalah sebesar 1,981 atau nilai sig t ($0,000 < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X4 (Penenang) terhadap Konsumsi Rokok adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan

H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Konsumsi Rokok dapat

dipengaruhi signifikan oleh Penenang atau dengan meningkatnya Penenang maka Konsumsi Rokok akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Konsumsi Rokok secara parsial, dan dari sini dapat diketahui bahwa keempat variabel bebas tersebut yang dominan pengaruhnya terhadap Konsumsi Rokok adalah Penenang karena memiliki nilai koefisien beta dan *t* hitung paling besar.

IV.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menghitung besarnya kontribusi atau pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya nilai R^2 menyatakan besarnya persentase (%) nilai variabel bebas yang dapat diterangkan oleh variabel terikat, sedangkan sisa persentasenya diterangkan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berikut hasil dari koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh Tabel dibawah ini.

Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,744	0,553	0,537

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,537 menunjukkan bahwa 53,7% variabel Konsumsi Rokok (Y) akan dipengaruhi oleh variabel Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4), sedangkan sisanya sebesar 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV.6 Pembahasan Penelitian

IV.6.1 Pengaruh Kompetensi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) secara simultan terhadap Konsumsi Rokok (Y)

Menurut Johnson (2003), dalam penelitiannya mendapatkan lima aspek penting dari ketergantungan tembakau, ada dua aspek yang mencakup kompetensi dan penenang yaitu aspek *empowering* dan emosional. Pada aspek *empowering* dijelaskan bahwa tembakau dapat memberikan kontrol atas orang lain dan sebagai kontrol pribadi, sedangkan dalam aspek emosional dapat dikatakan sebagai penenang, karena dapat memberikan rasa rileks dan tenang. Pada penelitian Berg (2012), memiliki lebih sedikit teman yang merokok dapat dikaitkan dengan kesiapan yang lebih besar untuk berhenti merokok. Komitmen pada penelitian ini dapat diartikan sebagai komitmen untuk merokok pada tempatnya, dan hal ini didukung penelitian Berg (2011), Mahasiswa sebagian besar mendukung kebijakan bebas-rokok di tempat umum, di kampus dan di ruang pribadi.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh hasil analisis regresi secara simultan yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan Kompetensi, Meniru, dan Penenang dengan Konsumsi Rokok, sedangkan pada variabel Komitmen memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap Konsumsi Rokok. Perolehan hasil pengaruh Kompetensi, Meniru, Komitmen, dan Penenang terhadap konsumsi rokok di Universitas Brawijaya adalah sebesar 53,7%, sedangkan sisanya sebanyak 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil dari analisis regresi membuktikan bahwa variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap Konsumsi Rokok di Universitas Brawijaya adalah Penenang, karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar. Mahasiswa perokok di universitas brawijaya secara umum di dalam lingkungan pertemanannya tidak setuju dengan kompetisi, tetapi setuju dengan adanya hubungan antara meniru, komitmen, dan penenang di dalam konsumsi rokok. Hal ini dikarenakan mayoritas perokok mahasiswa merokok untuk memberikan mereka rasa nyaman.

Berdasarkan hasil data primer, pada pertanyaan sebelum variabel dimulai, responden dalam penelitian ini menjawab iya sebanyak 94,8% teman dekatnya merokok. Selain itu pada pertanyaan “jika teman dekat anda menawarkan rokok, apakah anda akan mengkonsumsinya?” responden menjawab iya sebanyak 87,1%. Pada pertanyaan selanjutnya yaitu “dalam 30 hari terakhir, apakah anda mendengar/melihat tentang kampanye anti-rokok di dalam acara olahraga, festival, acara komunitas, konser, kelompok pertemaman, atau pertemuan sosial?” responden menjawab tidak sebanyak 66,4%. Hal ini dapat dikatakan bahwa kelompok pertemanan sangat berpengaruh terhadap konsumsi rokok, karena mayoritas memiliki teman dekat yang merokok dan apabila ditawarkan mereka juga tidak menolak untuk merokok. Salah satu hal yang disayangkan adalah mayoritas perokok dalam penelitian ini tidak mendengar/melihat lagi kampanye anti rokok selama 30 hari terakhir. Selain faktor lingkungan pertemanan, faktor lain yang berpengaruh untuk konsumsi rokok adalah lingkungan keluarga/orangtua menurut para responden.

IV.6.2 Pengaruh Kompetensi (X₁) terhadap Konsumsi Rokok (Y)

Kompetisi adalah saling mengatasi dan berjuang selang dua individu, atau selang beberapa himpunan untuk memperebutkan objek yang sama (Chaplin, 1999). Oerman & Heinrich (dalam McAndrew, 2015) mengatakan Persaingan ada ketika orang-orang saling bekerja keras untuk mencapai tujuan yang hanya dapat dicapai oleh satu atau beberapa orang saja. Pada penelitian ini melihat sejauh mana persaingan ingin menjadi pemenang yang dilakukan antara perokok di dalam lingkungan pertemanan.

Pada penelitian ini, terdapat lima pernyataan dari variabel Kompetensi, yaitu banyaknya konsumsi rokok teman saya mempengaruhi banyaknya konsumsi rokok saya juga, ada kebanggaan tersendiri ketika mengkonsumsi rokok lebih banyak dari teman kami, saya merasa lebih puas ketika membeli rokok lebih mahal daripada teman kelompok saya, saya merasa lebih puas ketika mengkonsumsi rokok lebih banyak daripada teman saya, saya menikmati situasi persaingan dengan orang lain dalam mengkonsumsi rokok. Pernyataan banyaknya konsumsi rokok teman saya mempengaruhi banyaknya konsumsi rokok saya merupakan pernyataan dengan hasil rata-rata skor tertinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian Kiran-Esen (2003) mengatakan bahwa frekuensi merokok menurun ketika tingkat tekanan teman sebaya menurun dan frekuensi merokok meningkat ketika tingkat tekanan teman sebaya meningkat.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa kompetisi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap konsumsi rokok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Johnson (2003), yang mengatakan

seseorang dapat melakukan kontrol atas orang lain baik dengan berbagi atau secara selektif memegang rokok. Hal ini menandakan ada kompetisi bahwa perokok merasa memiliki kontrol atas orang lain ketika merokok dan adanya tingkat tekanan di dalam lingkungan pertemanannya mempengaruhi konsumsi rokok.

IV.6.3 Pengaruh Meniru (X₂) terhadap Konsumsi Rokok (Y)

American Psychological Association (2017) imitasi adalah proses meniru perilaku orang lain, kelompok, atau objek, secara sengaja atau tidak sengaja.

Menurut Virgiana (2017) meniru adalah melakukan sesuatu seperti yang diperbuat orang lain dan sebagainya; mencontoh; meneladani. Meniru pada penelitian ini melihat kegiatan mencontoh merokok di dalam lingkungan pertemanan.

Pada penelitian ini, terdapat empat pernyataan dari variabel Meniru, yaitu banyak teman kami yang mengkonsumsi rokok, kami mengenal rokok dari lingkungan pertemanan, kami mengetahui baik dan buruknya mengkonsumsi rokok dari lingkungan pertemanan, dan ketika berkumpul bersama teman, saya ditawarkan untuk mengkonsumsi rokok. Rata-rata skor setiap indikator memperoleh nilai tinggi, adapun rata-rata skor tertinggi adalah pada pernyataan pertama, yaitu banyak teman kami yang mengkonsumsi rokok. Hal ini sesuai dengan penelitian Berg (2012), bahwa salah satu faktor untuk berhenti di antara perokok saat ini dikaitkan dengan tidak hanya beberapa hari merokok dalam 30 hari terakhir, tetapi juga memiliki lebih sedikit teman yang merokok.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa meniru mempunyai hubungan yang signifikan terhadap konsumsi rokok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Komasari (2000) mengatakan memiliki

kelompok teman sebaya yang merokok mempunyai penerimaan positif terhadap perilaku merokok dan penelitian Poltekkes Depkes I (2010) bahwa remaja yang memiliki orang tua dan teman sebaya dengan perilaku merokok, akan sangat memungkinkan untuk meniru kebiasaan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa memiliki banyak teman yang merokok akan membuat seseorang di dalam kelompok pertemanan tersebut juga dapat meniru perilaku merokok, dan dapat dikatakan sebaliknya apabila kita memiliki teman yang sedikit merokok, ada kemungkinan besar untuk tidak meniru perilaku merokok.

IV.6.4 Pengaruh Komitmen (X_3) terhadap Konsumsi Rokok (Y)

Komitmen adalah suatu keadaan dimana seseorang membuat perjanjian (keterikatan), baik kepada diri sendiri maupun kepada orang lain yang tercermin dalam tindakan/ perilaku tertentu yang dilakukan secara sukarela maupun terpaksa (Maxmanroe.com). Menurut Steers & Porter (1983), mendefinisikan komitmen adalah suatu keadaan dimana individu menjadi terikat oleh tindakannya sehingga akan menimbulkan keyakinan yang menunjang aktivitas dan keterlibatannya.

Komitmen dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai rasa terikatan atas setiap tindakannya baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

Pada variabel ini, terdapat lima pernyataan yang terdiri dari tidak mengganggu lingkungan sekitar, tidak merokok di tempat yang dilarang, menjaga kesehatan diri sendiri, menerima segala risiko yang akan terjadi setelah saya mengkonsumsi rokok, dan membatasi mengkonsumsi rokok setiap harinya. Rata-rata skor setiap indikator memperoleh nilai tinggi, adapun rata-rata skor tertinggi adalah pada pernyataan kedua, yaitu tidak merokok di tempat yang dilarang. Hal ini sesuai

dengan penelitian Berg (2011), bahwa mahasiswa sebagian besar mendukung kebijakan bebas-rokok di tempat umum, di kampus dan di ruang pribadi.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen mempunyai hubungan yang negatif dan signifikan terhadap konsumsi rokok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Johnson (2003) yang mengatakan bahwa beberapa orang percaya bahwa menjaga seseorang merokok 'di bawah kendali', dengan membatasi frekuensi atau jumlah rokok yang dihisap, adalah sumber kebanggaan. Hal ini dapat dikatakan bahwa perokok mahasiswa memiliki komitmen untuk mengkonsumsi rokok dengan mempunyai rasa peduli terhadap orang lain yang bukan perokok dengan tidak mengganggu lingkungan sekitar, merokok pada tempat yang disediakan dan membatasi konsumsi rokok mereka.

IV.6.5 Pengaruh Penenang (X₄) terhadap Konsumsi Rokok (Y)

Penenang atau *wind down* adalah secara bertahap rileks setelah melakukan sesuatu yang membuat Anda lelah atau khawatir (dictionary.cambridge.org).

Menurut McAndrew (2015), mengatakan *winding down* adalah tentang relaksasi dan biasanya terjadi setelah fokus yang kuat pada pekerjaan dan kebutuhan untuk mengurangi ketegangan ini. Penenang dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai efek relaksasi yang di dapatkan setelah merokok.

Pada penelitian ini, terdapat lima pernyataan dari variabel Penenang, yaitu kami mengkonsumsi rokok untuk bersantai, mengkonsumsi rokok dapat mengurangi rasa stress pada diri kami, mengkonsumsi rokok menciptakan suasana tenang bagi kami, kami, mengkonsumsi rokok untuk menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari, mengkonsumsi rokok setelah melakukan suatu pekerjaan,

memberikan efek relaksasi. Rata-rata skor setiap indikator memperoleh nilai tinggi, semua pernyataan itu sesuai dengan pendapat P2PTM Kemenkes RI (2018) bahwa faktor yang mendorong seseorang untuk merokok adalah memiliki persepsi bahwa rokok dapat menghilangkan rasa stress, bersosialisasi, dan mengusir rasa sepi, jenuh, galau.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa penenang mempunyai hubungan yang signifikan terhadap konsumsi rokok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Klink & Meeker (dalam Aritonang, 1997) bahwa motif para perokok adalah relaksasi dan pada penelitian Johnson (2003), deskripsi merokok untuk menghilangkan stres terfokus pada kebutuhan untuk rileks dan 'tenang'. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan merokok dapat memberikan rasa penenang yaitu berupa rasa santai, mengurangi rasa stress, dan efek relaksasi.



BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kompetisi, Meniru, Komitmen, dan Penenang (X) dengan Konsumsi Rokok (Y). Berdasarkan hasil penelitian Hubungan Motif Kelompok Pertemanan Terhadap Konsumsi Rokok maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam kelompok pertemanan, Kompetisi (X_1), Meniru (X_2), Komitmen (X_3), dan Penenang (X_4) mempunyai hubungan yang signifikan secara simultan dengan Konsumsi Rokok, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara simultan variabel bebas (X) terhadap Konsumsi Rokok (Y) dapat diterima.
2. Dalam kelompok pertemanan, Kompetisi (X_1) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan Konsumsi Rokok, sehingga apabila Kompetisi (X_1) mengalami peningkatan maka Konsumsi Rokok (Y) pun turut meningkat.
3. Dalam kelompok pertemanan, Meniru (X_2) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan Konsumsi Rokok, sehingga apabila Meniru (X_2)

mengalami peningkatan maka Konsumsi Rokok (Y) pun turut meningkat.

4. Dalam kelompok pertemanan, Komitmen (X_3) mempunyai hubungan negatif dan signifikan dengan Konsumsi Rokok, sehingga apabila Komitmen (X_3) mengalami peningkatan maka Konsumsi Rokok (Y) pun menurun.

5. Dalam kelompok pertemanan, Penenang (X_4) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan Konsumsi Rokok, sehingga apabila Penenang (X_4) mengalami peningkatan maka Konsumsi Rokok (Y) pun turut meningkat.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting yang dapat mempengaruhi Konsumsi Rokok sebesar 53,7%, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu sebesar 46,3% yang diantaranya Hedonisme, Percaya diri, dan lain-lain. Pada pertanyaan terakhir yaitu faktor selain

lingkungan pertemanan yang dapat mempengaruhi konsumsi rokok, sebanyak 27% responden menjawab keinginan diri sendiri, sebanyak 20,2 % menjawab keluarga, dan sebanyak 12% menjawab sebuah kebiasaan sehingga hal tersebut dapat dijadikan variabel untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti Konsumsi Rokok, misalnya dengan wawancara mendalam terhadap pendapat responden sehingga informasi yang didapat lebih bervariasi dari pada kuesioner yang jawabannya telah tersedia sebelumnya. Peneliti selanjutnya juga diharapkan bisa mencakup wilayah yang lebih luas dengan sampel responden yang lebih banyak, agar generalisasi terhadap responden semakin valid.

2. Bagi Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kelompok pertemanan sangat berpengaruh terhadap konsumsi rokok dan mayoritas responden sudah lama tidak melihat/mendengar kampanye anti rokok, oleh karena itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pemerintah sebagai acuan dan pedoman dalam menyusun langkah dan strategi untuk membuat kampanye anti rokok yang dapat menysasar lingkungan pertemanan.

3. Bagi Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengkonsumsi rokok karena alasan sebagai Penenang, oleh

karena itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi agar masyarakat diharapkan dapat mencari hal lain yang dapat memberikan efek penenang selain merokok.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaplin, J. (1999). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cheng, H., Kotler, P., & Lee, N. R. (2006). *Social Marketing for Public Health*. MA: Jones and Barlett Publishers.
- Donovan, R., & Henley, N. (2010). *Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia.
- Hurlock, E. B. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Rentang Kehidupan (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lemme, B. (1995). *Development in Adulthood*. Boston: Allyn & Bacon.
- Mangkunegara, A. A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Miller, N. (1941). *Social Learning and Imitation*. London: Yale University Press.
- Nazir, Moh (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mu'tadin, Z. (2002). *Kemandirian sebagai kebutuhan psikologis pada remaja*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, S. W. (2004). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Santosa, S. (2009). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Santrock, J. (2007). *Adolescence (Perkembangan Remaja) Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, Masri, & Sofian, E. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Steers, R., & Porter, L. (1983). *Motivation and Work Behaviour*. New York: Academic Press.

Winardi, & Supawarman. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Jurnal:

Ahmed, S (2018). *Scope of Social Marketing in De-Marketing Smoking Habits: An Exploratory Study*. Malaysian Management Journal, 131-144.

A.J. Schwartz, *The call of commitment: implications for the direction and intensity of our leader behaviors and actions*. The Journal of Character & Leadership Integration. 4(1) (2017) 15-21.

Almestahiri, R., Rundle-Thiele, S., Parkinson, J., & Arli, D. (2017). *The Use of the Major Components of Social Marketing: A Systematic Review of Tobacco Cessation Programs*. Social Marketing Quarterly. 1-17.

Aritonang, M. (1997). Fenomena Wanita Merokok. *Jurnal Psikologi Universitas Gadjah Mada*.

Berg CJ, Lessard L, Parelkar PP, Thrasher J, Kegler MC, Escoffery C, Goldade K, Ahluwalia JS (2011). *College student reactions to smoking bans in public, on campus and at home*. Health Educ Res. 2011;26:106–118.

Berg CJ, Ling PM, Hayes RB, Berg E, Nollen N, Nehl E, Choi WS, Ahluwalia JS (2012) Smoking frequency among current college student smokers: distinguishing characteristics and factors related to readiness to quit smoking. Health Educ Res 27(1):141–150

Dasgupta, M., Konar, A., Ranasinghe, A., & Nagar, A. K. (2020). *Electrophysiological Studies on Acetylcholine–Dopamine Interaction and Effect of Dopamine on Learning*. In *Soft Computing for Problem Solving 2019* (pp. 137-147). Springer, Singapore.

Johnson, J. L., Bottorf, J. L., Moffat, B., Ratner, P. A., Shoveller, J. A., & Lovato, C. Y. (2003). Tobacco dependence: adolescents' perspectives on the need to smoke. *Social Science & Medicine*, 1481-1492.

Kalan, M. E., Behaleh, R., DiFranza, J. R., Bursac, Z., Taleb, Z. B., Tleis, M., ... & Maziak, W. (2020). *Natural Course of Nicotine Dependence Among Adolescent Waterpipe and Cigarette Smokers*. Journal of Adolescent Health.

Kiran-Esen, B. (2003). *Examining the adolescents' smoking according to their peer pressure levels and gender*. Educational Sciences: Theory & Practice 3(1), 179-188.

Komasari, D., & Helmi, A. F. (2000). Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 37-47.

Nasution. (2007). *Perilaku Merokok Pada Remaja*. Medan: Program Studi Psikologi.

Orosz, G., Tóth-Király, I., Büki, N., Ivaskevics, K., Bőthe, B., & Fülöp, M. (2018). *The four faces of competition: The development of the Multidimensional Competitive Orientation Inventory*. *Frontiers in Psychology*, 9, 779.

Poltekkes Depkes Jakarta I. (2010). *Kesehatan Remaja (Problem dan Solusinya)*. Jakarta: Salemba Medika.

Safitri, A., Avicenna, M., & Hartati, N. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 47-65.

Sulastomo, E. (2012). *Persepsi Merokok di Kalangan Pelajar SMK Pelayaran Putra Samudra*. Yogyakarta: Stikes Al Islam.

Sulistyo, K.T. (2009). *Hubungan antara Stress dengan Perilaku Merokok pada Mahasiswi*. Semarang: Fakultas Psikologi UKS

Virgiana, Y. (2017). *Perilaku Meniru Anak Usia Dini Sebagai Akibat Dari Aktivitas Menonton Film Kartun Kesukaan (Studi Kasus terhadap Anak Usia 4-6 Tahun di Perum Griya Sekargading Kelurahan Kalisegoro)*.

Wymer, W. (2011). Developing More Effective Social Marketing Strategies. *Journal of Social Marketing*, 17-31.

Skripsi:

McAndrew, R. J. (2015). Friendship group motives for alcohol consumption: A midstream social marketing approach. *School of Advertising, Marketing and Public Relations QUT Business School Queensland University of Technology*, 128-134.

Internet:

Definition of Marketing (2017). American Marketing Association [on-line]. Diakses pada tanggal 30 Januari 2020 dari <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

Arti Komitmen Secara Umum, Tujuan, Ciri-Ciri, dan Contoh Komitmen (2018). Maxmanroe [on-line]. Diakses pada tanggal 30 Januari 2020 dari <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/arti-komitmen.html>

Apa faktor yang mendorong seseorang merokok ? (2018). P2PTM Kemenkes RI [on-line]. Diakses pada tanggal 29 April 2020 dari <http://www.p2ptm.kemkes.go.id/infographic-p2ptm/penyakit-paru-kronik/page/20/apa-faktor-yang-mendorong-seseorang-merokok>

Rimayani, Chelsyana Ananda. (2017, Februari). Yuk, Mengenal Universitas Brawijaya!. Quipper [on-line]. Diakses pada tanggal 28 April 2020 dari <https://www.quipper.com/id/blog/quipper-campus/campus-info/yuk-mengenal-universitas-brawijaya/>



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb. Salam Sejahtera bagi Kita Semua. Om Swastyastu. Namu Buddhaya. Salam Kebajikan.

Halo, perkenalkan saya Muhammad Fadhilah, mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi sebagai salah satu syarat menempuh gelar sarjana (S1). Penelitian ini memiliki judul **Hubungan Motif Kelompok Pertemanan dengan Konsumsi Rokok (Studi pada Mahasiswa D3 dan S1 Universitas Brawijaya)**.

Kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan penelitian, oleh sebab itu jawaban yang saudara/i berikan terjamin kerahasiannya dan diharapkan dapat mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan jelas. Adapun beberapa syarat untuk mengisi kuesioner ini:

1. Perokok Aktif
2. Mahasiswa/i D3 dan S1 Universitas Brawijaya
3. Berdomisili di kota Malang.

Sekian dan atas kesediaan saudara/i dalam meluangkan waktu untuk dapat mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Muhammad Fadhilah.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin : L / P

4. Fakultas :

5. Kelompok Pertemanan :

(Contoh: Teman SMA, Organisasi Kampus, Komunitas, dll)

6. Saya mencoba merokok saat umur saya tahun.

7. Berapa uang saku yang anda dapatkan perbulannya?

0 - Rp.500.000

Rp.500.001 - Rp.1.000.000

Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000

Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000

> Rp.2.000.000

8. Dalam 30 hari, berapa uang yang anda habiskan untuk membeli rokok?

< Rp. 100.000

Rp. 100.001 - Rp. 200.000

Rp. 200.001 - Rp. 300.000

Rp. 300.001 - Rp. 400.000

> Rp. 400.000

9. Dalam 30 hari terakhir, berapa batang rokok yang anda konsumsi setiap harinya?

1 batang perhari

2-5 batang perhari

6-10 batang perhari

11-20 batang perhari

> 20 batang perhari

10. Apakah teman dekat anda merokok?

YA

TIDAK

11. Jika teman dekat anda menawarkan rokok, apakah anda akan mengkonsumsinya?

YA

TIDAK

12. Apakah menurut anda mengkonsumsi rokok berbahaya?

YA

TIDAK

13. Menurut anda apakah anda bisa berhenti merokok jika anda menginginkannya?

YA

TIDAK

14. Jika anda melihat peringatan mengenai bahaya rokok pada kemasan rokok, apakah anda tetap merokok?

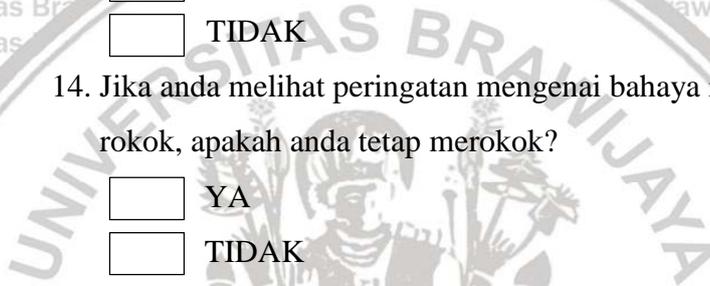
YA

TIDAK

15. Dalam 30 hari terakhir, apakah anda mendengar/melihat tentang kampanye anti-rokok di dalam acara olahraga, festival, acara komunitas, konser, kelompok pertemaman, atau pertemuan sosial??

YA

TIDAK



B. KUESIONER PENELITIAN

MOTIF KELOMPOK PERTEMANAN

Peneliti mengidentifikasi Motif Kelompok Pertemanan terdiri dari 7 variabel, yaitu: Kompetisi, Meniru, Komitmen, Kesesuaian, Penenang, Hedonisme, dan Percaya Diri. Lewat pernyataan di bawah ini peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara motif kelompok pertemanan dengan konsumsi rokok melalui 4 dari 7 variabel yang sudah disebutkan diatas. Diharapkan saudara/saudari dapat menjawab pernyataan ini secara jujur.

Kompetisi (X1)

Pikirkan tentang kelompok pertemanan anda, dimana anda sering berkumpul bersama mereka dan jawab pernyataan berdasarkan lingkungan pertemanan tersebut.

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Konsumsi rokok teman saya mempengaruhi konsumsi rokok saya.					
2.	Ada rasa kemenangan tersendiri apabila konsumsi rokok saya lebih banyak dari teman saya.					
3.	Ada rasa kepuasan ketika membeli rokok yang lebih mahal daripada teman saya.					
4.	Saya merasa ada kepuasan ketika konsumsi rokok saya					

	lebih banyak daripada teman saya.					
5.	Saya menikmati persaingan dengan teman saya dalam mengkonsumsi rokok					

Meniru (X2)

Pikirkan tentang kelompok pertemanan anda, dimana anda sering berkumpul bersama mereka dan jawab pernyataan berdasarkan lingkungan pertemanan tersebut.

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
5.	Banyak teman saya yang mengkonsumsi rokok.					
6.	Kami mengenal kegiatan merokok dari lingkungan pertemanan.					
7.	Kami mengetahui pengetahuan tentang rokok berdasarkan lingkungan pertemanan.					
8.	Ketika sedang berkumpul, saya akan ditawarkan merokok oleh teman saya.					

Komitmen (X3)

Komitmen ialah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan pendirian dan menerima segala risiko yang akan terjadi. Oleh karena itu, motivasi kami merokok secara bertanggung jawab adalah....

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
9.	Saya merokok dengan tidak mengganggu lingkungan sekitar.					

10.	Saya merokok hanya di tempat yang diperbolehkan.					
11.	Saya memikirkan kesehatan diri sendiri.					
12.	Saya menerima segala risiko setelah mengkonsumsi rokok.					
13.	Saya membatasi jumlah batang rokok setiap harinya.					

Penenang (X4)

Pikirkan tentang kelompok pertemanan anda, dimana anda sering berkumpul bersama mereka dan jawab pernyataan berdasarkan lingkungan pertemanan tersebut.

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
14.	Dengan merokok, kami merasa lebih santai.					
15.	Dengan merokok, kami dapat mengurangi rasa stress.					
16.	Merokok dapat menciptakan suasana tenang bagi kami.					
17.	Dengan merokok, kami dapat menghindari hiruk-pikuknya kegiatan sehari-hari.					
18.	Merokok setelah melakukan pekerjaan, memberikan efek relaksasi bagi kami.					

Konsumsi Rokok (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
19.	Saya merokok lebih dari 3 kali sehari.					

20.	Saya merokok setiap ada kesempatan.				
21.	Setiap kali saya merokok, saya menghabiskan lebih dari 1 batang rokok.				
22.	Setiap kali ada kesempatan, saya menghabiskan lebih dari 1 batang rokok.				
23.	Saya merokok untuk memenuhi keinginan pribadi saya.				
24.	Saya merokok untuk membangun rasa percaya diri.				
25.	Saya merokok karena kesenangan diri saya sendiri.				

Selain faktor Lingkungan Pertemanan, apa faktor lain yang mempengaruhi anda untuk mengkonsumsi rokok?

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

1. Kompetensi (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,156	,697**	,403*	,722**	,850**
	Sig. (2-tailed)		,457	,000	,046	,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	,156	1	,354	,771**	-,107	,520**
	Sig. (2-tailed)	,457		,083	,000	,612	,008
	N	25	25	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	,697**	,354	1	,643**	,391	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,083		,001	,054	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X1.4	Pearson Correlation	,403*	,771**	,643**	1	,240	,788**
	Sig. (2-tailed)	,046	,000	,001		,248	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X1.5	Pearson Correlation	,722**	-,107	,391	,240	1	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000	,612	,054	,248		,000
	N	25	25	25	25	25	25
Total_X1	Pearson Correlation	,850**	,520**	,832**	,788**	,674**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25	25

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Meniru (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,652**	,389	,259	,738**
	Sig. (2-tailed)		,000	,055	,212	,000
	N	25	25	25	25	25
X2.2	Pearson Correlation	,652**	1	,396	,438*	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000		,050	,029	,000
	N	25	25	25	25	25
X2.3	Pearson Correlation	,389	,396	1	,347	,725**
	Sig. (2-tailed)	,055	,050		,089	,000
	N	25	25	25	25	25
X2.4	Pearson Correlation	,259	,438*	,347	1	,694**
	Sig. (2-tailed)	,212	,029	,089		,000
	N	25	25	25	25	25
Total_X2	Pearson Correlation	,738**	,834**	,725**	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Komitmen (X3)

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,371	,301	,189	-,070	,547**
	Sig. (2-tailed)		,068	,143	,367	,741	,005
	N	25	25	25	25	25	25
X3.2	Pearson Correlation	,371	1	,458*	,697**	,544**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,068		,021	,000	,005	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X3.3	Pearson Correlation	,301	,458*	1	,315	,379	,715**
	Sig. (2-tailed)	,143	,021		,125	,062	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X3.4	Pearson Correlation	,189	,697**	,315	1	,328	,700**
	Sig. (2-tailed)	,367	,000	,125		,110	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X3.5	Pearson Correlation	-,070	,544**	,379	,328	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,741	,005	,062	,110		,001
	N	25	25	25	25	25	25
Total_X3	Pearson Correlation	,547**	,875**	,715**	,700**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,001	
	N	25	25	25	25	25	25

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Penenang (X4)

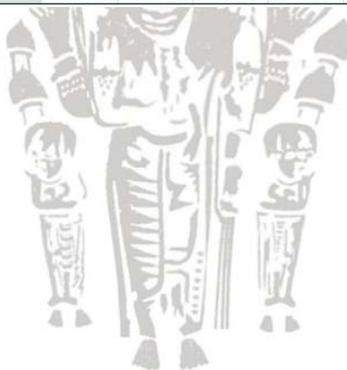
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Penenang
X4.1	Pearson Correlation	1	,349	,718**	,634**	,745**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,088	,000	,001	,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X4.2	Pearson Correlation	,349	1	,521**	,627**	,471*	,698**
	Sig. (2-tailed)	,088		,008	,001	,018	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X4.3	Pearson Correlation	,718**	,521**	1	,814**	,877**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008		,000	,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X4.4	Pearson Correlation	,634**	,627**	,814**	1	,800**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000		,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25
X4.5	Pearson Correlation	,745**	,471*	,877**	,800**	1	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,000	,000		,000
	N	25	25	25	25	25	25
Penenang	Pearson Correlation	,806**	,698**	,924**	,913**	,914**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25	25

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Konsumsi Rokok (Y)

		Correlations							Konsumsi Rokok
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,766**	,848**	,812**	,578**	,698**	,641**	,896**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,000	,001	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.2	Pearson Correlation	,766**	1	,846**	,802**	,575**	,768**	,630**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,003	,000	,001	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.3	Pearson Correlation	,848**	,846**	1	,907**	,528**	,709**	,609**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,007	,000	,001	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.4	Pearson Correlation	,812**	,802**	,907**	1	,512**	,768**	,686**	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,009	,000	,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.5	Pearson Correlation	,578**	,575**	,528**	,512**	1	,586**	,583**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,002	,003	,007	,009		,002	,002	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.6	Pearson Correlation	,698**	,768**	,709**	,768**	,586**	1	,657**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002		,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Y1.7	Pearson Correlation	,641**	,630**	,609**	,686**	,583**	,657**	1	,795**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,001	,000	,002	,000		,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25
Konsumsi Rokok	Pearson Correlation	,896**	,904**	,917**	,920**	,711**	,854**	,795**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25



Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

1. Kompetensi (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5

2. Meniru (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	4

3. Komitmen (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,715	5

4. Penenang (X₄)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	5

5. Konsumsi Rokok (Y)

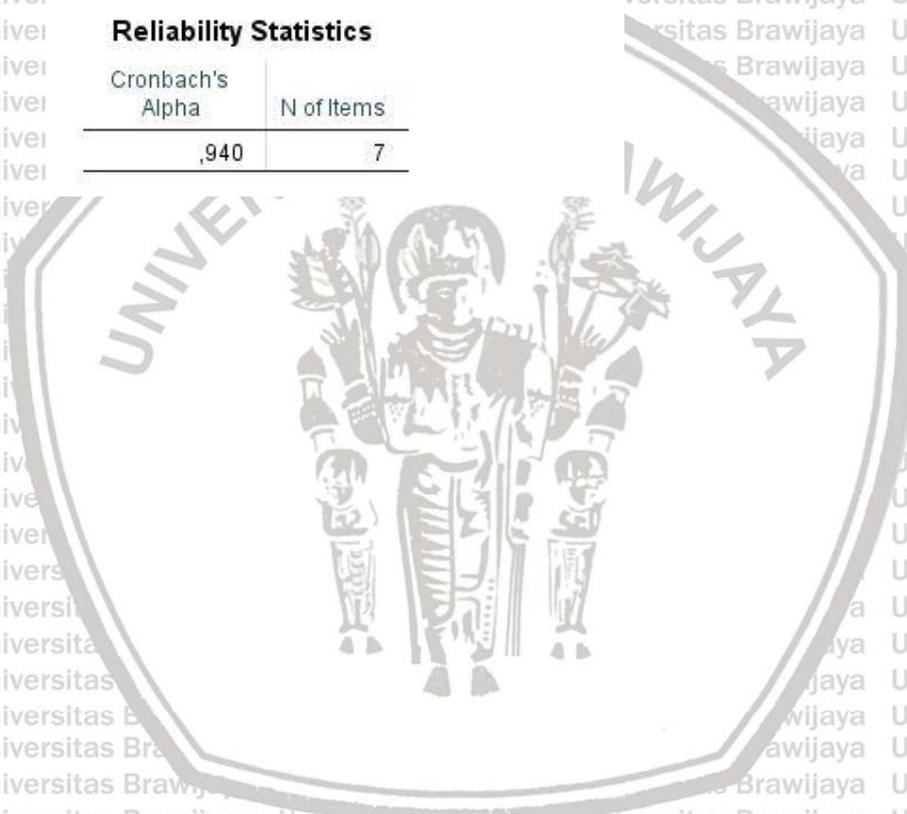
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	7



Lampiran 4 Tabulasi Karakteristik Responden

No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Fakultas	Kelompok Pertemanan	Uang Saku Perbulan	Pengeluaran Untuk Rokok Dalam Sebulan	Konsumsi Rokok Perhari	Pertama Kali merokok
1	Aan	21	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	> 20 batang perhari	15
2	Ade Dharma Chaeruna	22	L	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	11-20 batang perhari	15
3	Adisca	21	P	Vokasi	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	2-5 batang perhari	16
4	Adit	21	L	Pertanian	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	11-20 batang perhari	18
5	Adrian	21	L	Vokasi	Teman SMA	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	11-20 batang perhari	14
6	Agistya	21	P	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	17
7	Ahmad Hisyam Nur Rizkillah	21	L	Teknik	Organisasi Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	10
8	Akbar	20	L	Pertanian	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	17
9	Akbar Ferdi	21	L	Pertanian	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	18
10	Akhmad Miftahul Achyar	22	L	Hukum	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	15
11	Albi S.	21	L	Ilmu Administrasi	Komunitas	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	16
12	Aldo	19	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	7
13	Alfarez	21	L	Ilmu Administrasi	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	15
14	Alif Rafi Pratama	22	L	Ilmu Administrasi	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	16
15	Alifan	20	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	19
16	Alivia	20	P	Ilmu Administrasi	Organisasi Kuliah	< Rp.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	18
17	Aliya	19	P	Teknologi Pertanian	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	18
18	Almi	21	P	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	15
19	Alvin	22	L	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	> 20 batang perhari	19
20	Amel	22	P	Kedokteran	Teman Komplek	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	> 20 batang perhari	18
21	Ananda	22	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	> 20 batang perhari	17
22	Andre	21	L	Teknik	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	17
23	Arbi	21	L	Ilmu Perikanan dan Ilmu Kelautan	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	18
24	Arif lukman nur rochim	21	L	Ilmu Administrasi	Komunitas	< Rp.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	18
25	Ariq Rahman Paizar	20	L	Ilmu Perikanan dan Ilmu Kelautan	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	11-20 batang perhari	15
26	Arrazy Allath	21	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman SMA	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	11
27	Asyrafly Auzan	21	L	Kedokteran	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	17
28	Athirh Putri Rahmadayu	22	P	Ekonomi dan Bisnis	Organisasi Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	15
29	Atika Khairun Nissa	21	P	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	14
30	Awangga Akbar Prakoso	22	L	Ilmu Administrasi	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	17
31	Bagus Eka	22	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	15
32	Bagus Prasetya Lazuardi	23	L	Kedokteran	Teman SMA	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	2-5 batang perhari	22
33	Balthazar Reyhan	21	L	Ilmu Administrasi	Teman SMA	< Rp.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	11
34	Banu Reza	19	L	Teknik	Teman Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	15
35	Becca	24	P	Ilmu Budaya	Komunitas	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	17
36	Bimo Hilmidzaki Nugroho	21	L	Teknik	Teman SMA	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	16
37	Brah	22	L	Ilmu Komputer	Teman Nongkrong	> Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	6-10 batang perhari	20
38	Bunga	20	P	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	16
39	Caca	21	P	Vokasi	Teman SMA	< Rp.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	11
40	Cansha	21	P	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	13

41	Chrisnady Ramadhan	22	L	Teknik	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	15
42	Dandi Sidharta	21	L	Ilmu Administrasi	Teman Nongkrong	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	18
43	Dandy Imam Zaki	21	L	Teknik	Organisasi Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	15
44	Danti	21	P	Hukum	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	12
45	Danti	21	P	Ilmu Budaya	Teman SMP	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	6-10 batang perhari	15
46	Dhea Shafira Kintan	22	P	Teknologi Pertanian	Teman SMA	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	15
47	Diandra	20	P	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	18
48	Dinda	20	P	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	14
49	Dipatya Sakasana	21	L	Ilmu Komputer	Teman Kerja	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	16
50	Djafar	22	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	18
51	Dofa Ayu	21	P	Ilmu Budaya	Teman SMA	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	12
52	Ebenezer	22	L	Ilmu Administrasi	Komunitas	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	15
53	Fadel Muhammad	22	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	16
54	Faiz Kresna Candra	24	L	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	15
55	Fajar	20	L	Ekonomi dan Bisnis	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	13
56	Falah	21	L	MIPA	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	17
57	Farhan Yoga Saputra	21	L	Pertanian	Teman Nongkrong	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	17
58	Fariz	22	L	Ilmu Administrasi	Teman SMA	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	14
59	Febri	22	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	20
60	Firs	22	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Nongkrong	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	15
61	Galuh Pramudya	20	L	Pertanian	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	13
62	Ghalda u	22	L	Hukum	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	18
63	Gofar	22	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	13
64	Hafiz	22	L	Ilmu Budaya	Organisasi Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	18
65	Hakim	21	L	Ilmu Perikanan dan Ilmu Kelautan	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	> 20 batang perhari	15
66	Hamzah	22	L	Ilmu Komputer	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	16
67	Hartsa S	20	P	Pertanian	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	19
68	Ikhshan Syahputra	18	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	> 20 batang perhari	15
69	Ilyas	21	L	Ilmu Komputer	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	13
70	Irvan Fadiyal	20	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman SMA	> Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	17
71	Jafar Ash Shodiq Muhammad	23	L	Ilmu Administrasi	Organisasi Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	18
72	Januardi Wijaya	22	L	Ilmu Budaya	Komunitas	< Rp.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	16
73	Kemal	21	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman SMA	< Rp.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	19
74	Kipar	20	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	17
75	Lavenia Rahmadina	21	P	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	17
76	Martinus Pendi	22	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	12
77	Maulia reza swandy	22	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	16
78	Michael Anthon	22	L	Peternakan	Teman SMA	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	15
79	Miranda Audina	21	P	Vokasi	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	18
80	Mochammad Akbar	22	L	Ilmu Administrasi	Komunitas	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	11-20 batang perhari	14

81	Mochammad Ridwan Alfariy	22	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	11-20 batang perhari	13
82	Mohamad Ricky Afeiro	20	L	Pertanian	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	> 20 batang perhari	20
83	Muamar	23	L	Peternakan	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	15
84	Muh Faisal Rauf	21	L	Ilmu Administrasi	Teman Nongkrong	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	14
85	Muhamad Isom	20	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	15
86	Muhammad Firdaus	22	L	Ilmu Komputer	Teman Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	> Rp. 400.000	> 20 batang perhari	15
87	Muhammad Hilman	22	L	Ilmu Budaya	Teman Nongkrong	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	> 20 batang perhari	14
88	Nabila	21	P	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	18
89	Oday	22	L	Teknik	Teman Nongkrong	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	11-20 batang perhari	17
90	Ola	21	P	Vokasi	Teman SMA	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	16
91	Omar	23	L	Hukum	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	6-10 batang perhari	16
92	Panji Perdana Setiaji	22	L	Ilmu Budaya	Komunitas	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	14
93	Petrus	21	L	Hukum	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	11-20 batang perhari	14
94	Prakash	22	L	Ilmu Komputer	Teman SMA	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	16
95	Putri	18	P	MIPA	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	18
96	Ramail Hakim	21	L	Ilmu Administrasi	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	> 20 batang perhari	19
97	Ramdhan	21	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	17
98	Reinhard Franch	21	L	Hukum	Teman SMA	< Rp.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	12
99	Reza	22	L	Ekonomi dan Bisnis	Teman Nongkrong	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	14
100	Rezki Fadillah Ahmad	23	L	Teknik	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	1 batang perhari	12
101	Ridwan Kahlil Gibran	21	L	Ekonomi dan Bisnis	Komunitas	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	14
102	Rizal Renaldy	21	L	Ilmu Administrasi	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	17
103	Septian	22	L	MIPA	Organisasi Kuliah	> Rp.2.000.000	> Rp. 400.000	6-10 batang perhari	15
104	Shafira Auliani	21	P	Ekonomi dan Bisnis	Organisasi Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	19
105	Sultan Saladdin	22	L	Ilmu Komputer	Teman Kuliah	< Rp.500.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	17
106	Syfaul Fuadi Albasroni	22	L	Ilmu Administrasi	Teman SMA	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	11-20 batang perhari	11
107	Tamimi	21	L	Ilmu Komputer	Teman SMA	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	16
108	Tya	21	P	Hukum	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	14
109	Utari	21	P	Peternakan	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	2-5 batang perhari	19
110	Vhidel Joenio Luis	21	L	Ilmu Komputer	Teman Kuliah	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 300.001 - Rp. 400.000	11-20 batang perhari	14
111	Wahyu	20	L	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	12
112	Welly Reditya Gantara Putra	22	L	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	< Rp.500.000	Rp. 100.001 - Rp. 200.000	6-10 batang perhari	13
113	Yoda M Halim	21	L	Ilmu Administrasi	Komunitas	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	6-10 batang perhari	14
114	Yongki	22	L	Ilmu Budaya	Teman Kuliah	> Rp.2.000.000	Rp. 200.001 - Rp. 300.000	2-5 batang perhari	11
115	Yufa	21	L	Ekonomi dan Bisnis	Organisasi Kuliah	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	< Rp. 100.000	2-5 batang perhari	17
116	Zahrn Argya	21	L	Teknik	Organisasi Kuliah	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	< Rp. 100.000	1 batang perhari	16

Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7
1	3	2	3	3	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4
2	2	1	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	2	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
6	2	1	2	2	1	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
7	3	3	3	2	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	3	3	3	3
8	1	1	1	1	1	3	2	3	2	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
9	1	2	2	1	2	5	5	5	4	2	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
10	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3
11	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3
12	1	1	1	1	1	4	3	1	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3
13	2	1	1	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
14	2	1	1	1	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
15	2	2	1	2	1	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3
16	2	1	1	1	1	4	5	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
17	2	1	2	2	1	4	3	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2
18	1	1	1	1	1	3	2	2	2	4	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
19	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4
20	3	2	3	2	2	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	1	1	1	1	5	4	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
22	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
23	1	1	1	1	1	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
24	4	3	3	3	3	4	5	5	5	1	1	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
25	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3
27	2	2	1	1	1	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
28	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
29	3	1	1	1	1	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4
30	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
31	2	1	2	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
32	3	2	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4
33	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4
34	4	3	3	4	5	5	5	5	5	2	2	2	2	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	2	1	2	1	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4
36	3	3	3	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
37	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5
38	3	2	2	2	2	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
39	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4
40	3	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4



41	2	2	1	1	1	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
43	4	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	
44	3	3	3	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	
45	3	2	3	2	2	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	
46	3	3	2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	
47	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	
48	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
49	3	3	2	1	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	
50	3	3	3	2	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
51	2	1	2	1	1	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
52	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
53	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	
54	2	1	2	1	1	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
55	4	3	4	3	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	
56	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	
57	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
58	4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
59	3	2	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
60	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3
61	2	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
62	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
63	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	2	2	2	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
65	3	2	3	3	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	3	5	4	4	3	5
66	2	2	1	1	1	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4
67	2	1	2	2	1	5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	5
68	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	2	3	3	2	2	2	4	2	4
70	1	1	1	1	1	3	4	4	3	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
71	2	2	1	1	1	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
72	2	1	1	1	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4
73	2	1	2	1	2	3	2	2	2	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	3	2	2	3	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
75	2	1	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	
76	4	1	1	1	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
77	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	2	1	2	1	1	3	3	3	4	3	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
79	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3
80	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5



81	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5
82	2	2	2	1	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
83	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4
84	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	4	5
85	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	4	3	3	4
86	3	2	2	3	2	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
87	2	2	2	2	2	3	2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	2	1	2	1	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5	5	4	5
89	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4
90	2	1	2	1	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	2	4
91	2	1	1	1	1	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4
92	1	1	1	1	1	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2	2	1	2	4	3	3	4
93	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5
94	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
95	2	1	1	2	1	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
96	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
97	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
98	2	2	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
99	1	1	2	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
100	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
101	1	1	1	1	1	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3
102	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
103	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3
104	2	1	2	1	2	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	2	3	2	2	3	3	3
105	2	1	1	1	1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	3	2	2	3	3	2	2	2
106	2	2	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4
107	3	3	3	2	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
108	2	2	1	2	1	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3
109	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
110	3	2	2	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
111	2	2	3	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
112	2	2	1	1	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
113	2	1	1	1	1	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
114	2	2	1	2	1	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4
115	2	2	2	1	1	2	1	2	1	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
116	3	3	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4

Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	2	1,7	1,7
	19	3	2,6	4,3
	20	15	12,9	17,2
	21	50	43,1	60,3
	22	39	33,6	94,0
	23	5	4,3	98,3
	24	2	1,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	89	76,7	76,7
	Perempuan	27	23,3	100,0
Total		116	100,0	100,0

Fakultas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi dan Bisnis	12	10,3	10,3
	Hukum	7	6,0	16,4
	Ilmu Administrasi	23	19,8	36,2
	Ilmu Budaya	15	12,9	49,1
	Ilmu Komputer	9	7,8	56,9
	Ilmu Perikanan dan Kelautan	3	2,6	59,5
	Ilmu Sosial dan Politik	15	12,9	72,4
	Kedokteran	3	2,6	75,0
	MIPA	3	2,6	77,6
	Pertanian	10	8,6	86,2
	Teknik	9	7,8	94,0
	Teknologi Pertanian	2	1,7	95,7
	Vokasi	5	4,3	100,0
Total		116	100,0	100,0

Uang Saku Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.500.000	9	7,8	7,8	7,8
	Rp.500.001 - Rp.1.000.000	11	9,5	9,5	17,2
	Rp.1.000.001 - Rp.1.500.000	23	19,8	19,8	37,1
	Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000	31	26,7	26,7	63,8
	> Rp.2.000.000	42	36,2	36,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Kelompok Pertemanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Teman Kuliah	46	39,7	39,7	39,7
	Organisasi Kuliah	27	23,3	23,3	62,9
	Teman SMA	23	19,8	19,8	82,8
	Komunitas	9	7,8	7,8	90,5
	Teman Nongkrong	8	6,9	6,9	97,4
	DLL	3	2,6	2,6	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Umur Pertama Kali Merokok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 11	2	1,7	1,7	1,7
	11 - 13	18	15,5	15,5	17,2
	14 - 16	52	44,8	44,8	62,1
	17 - 19	40	34,5	34,5	96,6
	> 19	4	3,4	3,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Pengeluaran untuk Rokok dalam Sebulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.100.000	24	20,7	20,7	20,7
	Rp.100.001 - Rp.200.000	29	25,0	25,0	45,7
	Rp.200.001 - Rp.300.000	28	24,1	24,1	69,8
	Rp.300.001 - Rp.400.000	19	16,4	16,4	86,2
	> Rp.400.000	16	13,8	13,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Konsumsi Rokok dalam Sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 batang perhari	8	6,9	6,9	6,9
	2-5 batang perhari	43	37,1	37,1	44,0
	6-10 batang perhari	34	29,3	29,3	73,3
	11-20 batang perhari	22	19,0	19,0	92,2
	> 20 batang perhari	9	7,8	7,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Apakah teman dekat anda merokok?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	110	94,8	94,8	94,8
	Tidak	6	5,2	5,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Jika teman dekat anda menawarkan rokok, apakah anda akan mengkonsumsinya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	101	87,1	87,1	87,1
	Tidak	15	12,9	12,9	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Apakah menurut anda mengkonsumsi rokok berbahaya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	103	88,8	88,8	88,8
	Tidak	13	11,2	11,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Menurut anda apakah anda bisa berhenti merokok jika anda menginginkannya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	101	87,1	87,1	87,1
	Tidak	15	12,9	12,9	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Jika anda melihat peringatan mengenai bahaya rokok pada kemasan rokok, apakah anda akan tetap merokok?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	112	96,6	96,6	96,6
	Tidak	4	3,4	3,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Dalam 30 hari terakhir, apakah anda mendengar/melihat tentang kampanye anti rokok di dalam acara olahraga, festival, acara komunitas, konser, kelompok pertemanan, atau pertemuan sosial?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	39	33,6	33,6	33,6
	Tidak	77	66,4	66,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Selain faktor Lingkungan Pertemanan, apa faktor lain yang mempengaruhi anda untuk mengkonsumsi rokok?

Faktor_lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga	18	20,2	20,2	20,2
	Keinginan Diri Sendiri	24	27,0	27,0	47,2
	Stres	15	16,9	16,9	64,0
	Kebiasaan	11	12,4	12,4	76,4
	lain-lain	21	23,6	23,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Variabel

1. Kompetensi (X₁)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	116	116	116	116	116
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		2,52	2,03	2,16	2,05	1,96

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	7,8	7,8	7,8
	TS	56	48,3	48,3	56,0
	RR	35	30,2	30,2	86,2
	S	14	12,1	12,1	98,3
	SS	2	1,7	1,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	42	36,2	36,2	36,2
	TS	42	36,2	36,2	72,4
	RR	21	18,1	18,1	90,5
	S	9	7,8	7,8	98,3
	SS	2	1,7	1,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	28	24,1	24,1	24,1
	TS	50	43,1	43,1	67,2
	RR	29	25,0	25,0	92,2
	S	9	7,8	7,8	100,0
	SS	0	0,0	0,0	
	Total	116	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	40	34,5	34,5	34,5
	TS	42	36,2	36,2	70,7
	RR	24	20,7	20,7	91,4
	S	8	6,9	6,9	98,3
	SS	2	1,7	1,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	36	31,0	31,0	31,0
	TS	59	50,9	50,9	81,9
	RR	12	10,3	10,3	92,2
	S	8	6,9	6,9	99,1
	SS	1	,9	,9	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

2. Meniru (X2)**Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	116	116	116	116
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,09	3,88	3,84	3,83

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3,4	3,4	3,4
	RR	15	12,9	12,9	16,4
	S	63	54,3	54,3	70,7
	SS	34	29,3	29,3	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	9	7,8	7,8	8,6
	RR	24	20,7	20,7	29,3
	S	51	44,0	44,0	73,3
	SS	31	26,7	26,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	8	6,9	6,9	7,8
	RR	20	17,2	17,2	25,0
	S	66	56,9	56,9	81,9
	SS	21	18,1	18,1	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	5	4,3	4,3	5,2
	RR	22	19,0	19,0	24,1
	S	73	62,9	62,9	87,1
	SS	15	12,9	12,9	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

3. Komitmen (X₃)

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
N	Valid	116	116	116	116	116
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,01	4,20	3,97	3,99	4,03

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	7	6,0	6,0	6,9
	RR	15	12,9	12,9	19,8
	S	60	51,7	51,7	71,6
	SS	33	28,4	28,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	6	5,2	5,2	6,0
	RR	7	6,0	6,0	12,1
	S	57	49,1	49,1	61,2
	SS	45	38,8	38,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	6	5,2	5,2	6,0
	RR	15	12,9	12,9	19,0
	S	67	57,8	57,8	76,7
	SS	27	23,3	23,3	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	6,0	6,0	6,0
	RR	11	9,5	9,5	15,5
	S	74	63,8	63,8	79,3
	SS	24	20,7	20,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,7	1,7	1,7
	TS	4	3,4	3,4	5,2
	RR	16	13,8	13,8	19,0
	S	60	51,7	51,7	70,7
	SS	34	29,3	29,3	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

4. Penenang (X4)**Statistics**

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
N	Valid	116	116	116	116	116
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,23	4,19	4,03	4,03	4,15

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	2	1,7	1,7	2,6
	RR	11	9,5	9,5	12,1
	S	57	49,1	49,1	61,2
	SS	45	38,8	38,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	3	2,6	2,6	3,4
	RR	16	13,8	13,8	17,2
	S	49	42,2	42,2	59,5
	SS	47	40,5	40,5	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,7	1,7	1,7
	TS	3	2,6	2,6	4,3
	RR	20	17,2	17,2	21,6
	S	56	48,3	48,3	69,8
	SS	35	30,2	30,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	4	3,4	3,4	4,3
	RR	20	17,2	17,2	21,6
	S	57	49,1	49,1	70,7
	SS	34	29,3	29,3	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

X4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,9	,9	,9
	TS	3	2,6	2,6	3,4
	RR	12	10,3	10,3	13,8
	S	62	53,4	53,4	67,2
	SS	38	32,8	32,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	



5. Konsumsi Rokok (Y)

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7
N	Valid	116	116	116	116	116	116	116
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,77	3,65	3,70	3,66	3,61	3,36	3,81

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	8,6	8,6	8,6
	RR	26	22,4	22,4	31,0
	S	61	52,6	52,6	83,6
	SS	19	16,4	16,4	100,0
Total		116	100,0	100,0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	8,6	8,6	8,6
	RR	35	30,2	30,2	38,8
	S	57	49,1	49,1	87,9
	SS	14	12,1	12,1	100,0
Total		116	100,0	100,0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	6,9	6,9	6,9
	RR	35	30,2	30,2	37,1
	S	57	49,1	49,1	86,2
	SS	16	13,8	13,8	100,0
Total		116	100,0	100,0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	6,9	6,9	6,9
	RR	35	30,2	30,2	37,1
	S	61	52,6	52,6	89,7
	SS	12	10,3	10,3	100,0
Total		116	100,0	100,0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3,4	3,4	3,4
	RR	43	37,1	37,1	40,5
	S	63	54,3	54,3	94,8
	SS	6	5,2	5,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	6,0	6,0	6,0
	RR	64	55,2	55,2	61,2
	S	41	35,3	35,3	96,6
	SS	4	3,4	3,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5,2	5,2	5,2
	RR	28	24,1	24,1	29,3
	S	64	55,2	55,2	84,5
	SS	18	15,5	15,5	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,553	,537	2,899

a. Predictors: (Constant), Penenang, Komitmen, Kompetensi, Meniru

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1153,777	4	288,444	34,324	,000 ^b
	Residual	932,800	111	8,404		
	Total	2086,578	115			

a. Dependent Variable: Konsumsi Rokok

b. Predictors: (Constant), Penenang, Komitmen, Kompetensi, Meniru

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,030	2,869		5,238	,000
	Kompetensi	,233	,074	,229	3,149	,002
	Meniru	,344	,110	,229	3,131	,002
	Komitmen	-,285	,084	-,237	-3,409	,001
	Penenang	,408	,085	,353	4,790	,000

a. Dependent Variable: Konsumsi Rokok

Lampiran 9 Curriculum Vitae

CURRICULUM VITAE

Nama : Muhammad Fadhilah

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 07 Juni 1998

Agama : Islam

Alamat : Komp. Qoryah Thayibbah, Jl. mina blok a no.9, Jakarta Barat

Email : muhammadfadhilahaca@gmail.com

No. Hp : 087889593164

Pendidikan : 1. 2004 – 2010 SD Islam Al – Kamal Kedoya

2. 2010 – 2013 SMPN 134 Meruya

3. 2013 – 2016 SMAN 65 Jakarta

4. 2016 – 2020 Universitas Brawijaya

Pengalaman Magang : Thisable Enterprise (Juli – Agustus 2019)

Malang, 28 Agustus 2020



Muhammad Fadhilah