

**ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU MEROKOK MAHASISWA
(Studi Pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Yoga Arnando

1512110215

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 08 Maret 2019



Yoga Arnando
1512110215

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Sikap Terhadap Perilaku Merokok
Mahasiswa (Studi Pada Institut Informatika dan
Bisnis Darmajaya)
Nama Mahasiswa : Yoga Arnando
NPM : 1512110215
Program Studi : Manajemen



Mengetahui,

Ketua Program Studi



HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal **08 Maret 2019** ruang **G.1.7** telah diselenggarakan sidang SKRIPSI dengan judul Analisis Sikap Terhadap Perilaku Merokok Mahasiswa (Studi Pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya). Untuk persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI, bagi mahasiswa :

NAMA : **YOGA ARNANDO**

NPM : **1512110215**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

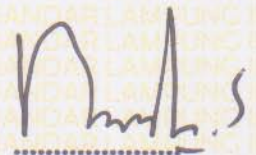
Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama

1. Novita Sari, S.Sos., M.M

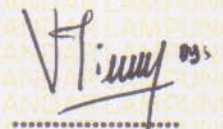
Penguji I

Tanda tangan

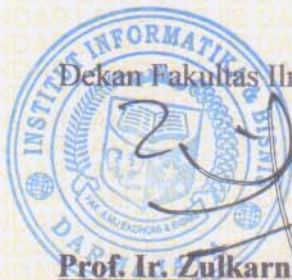


2. Viola De Yusa, S.E., M.M

Penguji II



Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi & Bisnis IIB Darmajaya



Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S., Ph.D

NIK. 14580718

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Way Petai pada tanggal 08 Januari tahun 1997. Merupakan putra dari pasangan bapak Cairul Saleh dan ibu Sunayati. Adapun pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis antara lain :

1. TK Melia Sartika, Kab. Lampung Barat dan lulus pada tahun 2002.
2. SDN 03 Way Petai, Kab. Lampung Barat dan lulus pada tahun 2008.
3. SMPN 01 Sumber Jaya, Kab. Lampung Barat dan lulus pada tahun 2011.
4. SMAN 01 KEbun Tebu, Kab. Lampung Barat dan lulus pada tahun 2014.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan ke Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Bandar Lampung sampai dengan sekarang sebagai mahasiswi Prodi Manajemen Strata 1 IIB Darmajaya Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah....

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang.....

Bahwa atas taufik dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas nikmat dan rahmat-Mu yang agung ini, hari ini hamba bahagia. Dengan ridho Allah SWT.....

Kupersembahkan Kepada...

Bapak (Alm Chairul Saleh), Mamak (Sunayati), Ayuk (Melia Sari), dan Abang (Yogi Ardiansyah) yang sangat berharga bagiku yang selalu memberiku doa, nasihat, motivasi, dan selalu sabar menghadapi tingkah laku nakalku yang selalu memberikan masalah saat dibangku SMA.

Ibu Aswin, S.E., M.M., yang mengajarkan arti perjuangan dan tidak menyerah apapun yang terjadi demi impian dan orang rumah.

Mega Leona Safitri yang meminjamkan laptop selama proses pengerjaan skripsi disaat laptopku layarnya belah dan menenangkan dikala depresi.

Bapak Riko dan Bapak Putu Adjie yang mau menjawab setiap pertanyaan yang membuatku kebingungan dan ikhlas membantu.

Bimo, Aldi, dan Ari yang ngasih dukungan walau kadang gak guna tapi tetep membantu sepenuh hati

Renata, Siska, Ryno, dan Kurnia, yang mau mendengar semua keluhan tanpa kenal lelah.

Karina, Zulfa, dan Ribka, yang memberikan sedikit bantuan namun disaat kritis yang sangat berarti.

Rona yang membantu menemukan arti kata sedang.

Grup-grup yang selalu berisik, PIK R SEHATI, UKM BO DBA, WP BroSist, Merpati Putih Darmajaya, GenRe Lampung dan Edo Tensei D'jomblo

Dan orang-orang baik yang maaf tidak dapat disebutkan semua

MOTTO

“Don’t Worry It Will Past”

**Saat kita sedang dalam proses belajar maka ini akan berlalu dan saat kita
mendapat pencapaian maka ini juga akan berlalu jadi jangan khawatir**

(Deddy Corbuzier)

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU MEROKOK MAHASISWA (Studi Pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya)

Oleh

Yoga Arnando

Perilaku merokok pada mahasiswa merupakan sebuah perilaku konsumen yang dapat memicu sebuah sikap yang harus dipilih yaitu berhenti merokok atau tetap merokok. Perilaku merokok di perguruan tinggi menjadi yang hal yang biasa untuk di lihat setiap harinya. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah salah satu institusi perguruan tinggi swasta (PTS) terkemuka di Provinsi Lampung yang memiliki peraturan larangan merokok. Peraturan larangan merokok di IIB Darmajaya sudah ada sejak lama dengan nama Gerakan Disiplin Kampus (GDK). Dari hasil pra survei diketahui terdapat 73,3% mahasiswa yang ingin berhenti atau memiliki niat untuk berhenti merokok dan 26,6% lainnya merasa belum memiliki niat untuk berhenti. Mayoritas responden memiliki niat untuk berhenti merokok namun niat tersebut tidak terealisasi hingga akhirnya perilaku merokok yang dilakukan terus berulang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa di kampus IIB Darmajaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode penelitian lapangan dengan teknik kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang merokok di IIB Darmajaya dan metode penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah Teori Perilaku Terencana dengan hasil analisis menunjukkan bahwa indikator sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi terhadap pengendalian perilaku berada pada kategori sedang dan indikator niat berada pada kategori tinggi.

Kata kunci: sikap, perilaku, teori perilaku terencana

ABSTRACT

ANALYZING ATTITUDE ON STUDENTS' SMOKING BEHAVIOUR (A Study at Informatics and Business Institute Darmajaya)

By

Yoga Arnando

Smoking among the students is a consumer behavior that can affect to stop smoking or keep smoking attitude. Smoking in a college is the normal condition seen every day. The Informatics and Business Institute (IBI) Darmajaya is one of the leading private tertiary institutions in Lampung Province that has smoking ban regulations. The regulation on smoking ban at IIB Darmajaya has long been implemented under the name of the Campus Discipline Movement. The results of survey showed that 73.3% of the students wanted to stop smoking and 26.6% of the students did not have the intention to stop. The majority of respondents had an intention to stop smoking but the intention was not realized so that they kept smoking. The objective of this research was finding out the students' smoking behavior attitude in IBI Darmajaya. The type of this research was the field research. The data collecting technique used in this research was distributing questionnaire. The population of this research was the students smoking at IBI Darmajaya. The sampling technique used in this research was the non-probability sampling with the accidental sampling technique. Data analyzing technique used in this research was the Theory of Planned Behavior. The result of this research showed that the attitudes on the behavior and the subjective norms and the perceptions on the behavioral control were in the moderate category; moreover, the intention was in the high category.

Keywords: Attitude, Behaviour, Theory of Planned Behavior

PRAKATA

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Sikap Terhadap Perilaku Merokok Mahasiswa (Studi Pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya)”**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di perguruan tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung, penulis menyadari tentunya dalam penulisan skripsi tidak lepas dari bantuan dan arahan dari semua pihak, dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., M.Sc., selaku Rektor IIB Darmajaya Bandar Lampung
2. Bapak Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S.,Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis IIB DARMAJAYA.
3. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung sekaligus dosen pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas membantu serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi sehingga dapat terselesaikan.
4. Para dosen dan staff jurusan Manajemen IIB darmajaya Bandar Lampung.
5. Mamak dan Ayuk dirumah yang berjuang keras agar anak dan adiknya mendapat pendidikan.
6. Almamater IIB Darmajaya Bandar Lampung.
7. Orang-orang baik yang Allah pertemukan dan dengan seijin allah juga berkontribusi dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT mencatatnya sebagai amal kebaikan dan selalu memberikan keberhakan dan rahmat-nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Bandar Lampung,08 Maret 2019

Yoga Arnando
1512110215

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Bagi Perusahaan	8
1.5.2 Manfaat Bagi Penulis	8
1.5.3 Manfaat Bagi Institusi	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
1.1 Perilaku Konsumen	10
1.2 Sikap.....	11
1.2.1 Definisi Sikap	11
1.2.2 Karakteristik Sikap	12
1.2.3 Fungsi Sikap	14
1.2.4 Jenis-jenis Sikap	15

1.3 Model Sikap Teori Perilaku Terencana.....	19
1.3.1 Indikator Sikap Teori Perilaku Terencana.....	21
1.4 Penelitian Terdahulu	23
1.5 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Sumber Data	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel	28
3.5 Variabel Penelitian	29
3.6 Definisi Operasional Variabel	30
3.7 Uji Persyaratan instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.8 Metode Analisis Data	32
3.8.1 Teori Perilaku Terencana.....	32
3.8.2 Interval	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
1.1 Deskripsi Data	35
1.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	37
1.2.1 Hasil Uji Validitas	37
1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
1.3 Hasil Analisis Data	40
1.3.1 Sikap Terhadap Perilaku.....	41
1.3.2 Norma Subjektif	43
1.3.3 Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku.....	45
1.3.4 Niat Untuk Berhenti Merokok.....	48
1.4 Pembahasan	49

1.4.1 Hasil Analisis Sikap Terhadap Perilaku	49
1.4.2 Hasil Analisis Norma Subjektif.....	50
1.4.3 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku	50
1.4.4 Hasil Analisis Niat Untuk Berhenti Merokok	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil prasurvei mahasiswa IIB Darmajaya yang merokok 2019.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	30
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Lama Merokok	36
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi Rokok Perhari	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Analisis Sikap	38
Tabel 4.5 Interpretasi Nilai r	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.7 Interval Kelas dan Skor Indikator	41
Tabel 4.8 Sebaran Berdasarkan Pernyataan Sikap Terhadap Perilaku	41
Tabel 4.9 Sebaran Berdasarkan Tingkat Sikap Terhadap Perilaku.....	43
Tabel 4.10 Sebaran Berdasarkan Pernyataan Norma Subjektif	43
Tabel 4.11 Sebaran Berdasarkan Tingkat Norma Subjektif.....	45
Tabel 4.12 Sebaran Berdasarkan Pernyataan Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku.....	46
Tabel 4.13 Sebaran Berdasarkan Tingkat Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku.....	47
Tabel 4.14 Sebaran Berdasarkan Pernyataan Niat Untuk Berhenti Merokok.....	48
Tabel 4.15 Sebaran Berdasarkan Tingkat Pernyataan Niat Untuk Berhenti Merokok	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Konsumsi Tembakau	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	26

BAB I

PENDAHULUAN

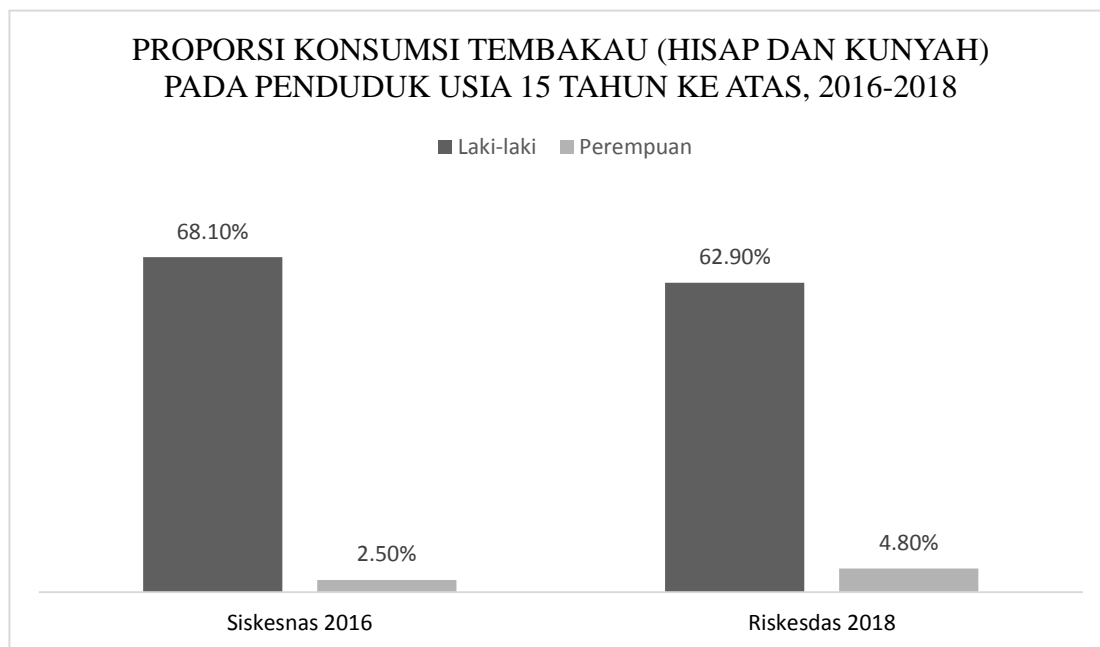
1.1 Latar Belakang

Merokok merupakan suatu kebiasaan pada masyarakat yang banyak ditemui dalam kehidupan sehari-hari di berbagai tempat dan kesempatan yang sudah menjadi hal yang wajar. Perilaku merokok adalah aktivitas membakar tembakau, menghisap lalu menghembuskan asapnya. Perilaku merokok dipersepsikan dapat membuat seseorang tampil menarik dan menimbulkan kesan jantan bagi pria dan terlihat *sporty* atau glamor pada wanita. Kondisi tersebut secara baik telah dimanfaatkan oleh perusahaan rokok dalam memasarkan produknya. Rokok merupakan komoditas dengan pemasaran yang cukup unik yaitu dengan tidak menjelaskan rokok itu sendiri. Promosi rokok terus dilakukan dengan berbagai cara dan secara terus menerus dengan berbagai media seperti cetak, elektronik, penjualan spg, konser ataupun beasiswa yang membuat citra rokok menempel di benak setiap orang. Perusahaan rokok secara baik mampu menasar aspek psikologis melalui tiga jalan yaitu pencitraan perokok sebagai seorang pria sejati, kemudahan perusahaan rokok memberikan dana untuk aktivitas remaja seperti beasiswa dan sponsor serta pencitraan rokok yang semakin ringan sehingga tidak mengancam kesehatan. (Marketeers.com di akses pada 11 Januari 2019)

Industri hasil tembakau (IHT) yang termasuk juga industri rokok didalamnya merupakan salah satu penyumbang cukai terbesar di Indonesia. IHT menjadi satu-satunya industri yang paling besar kontribusinya bagi pendapatan negara melalui cukai, pajak dan lainnya di mana 95% diantaranya berasal dari cukai hasil tembakau. Jumlah industri rokok saat ini menurun dibawah 300 sedangkan produksi rokok sampai 2016 mengalami peningkatan sampai 350,03 miliar batang dan menurun lagi pada 2017 menjadi 336,20 miliar batang sementara

cukai makin naik sebesar 10,04% pada 2018 yang sebelumnya telah naik 10,50% pada 2017. (M.Detik.Com di akses pada 24 Januari 2019)

Pada hasil survei Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 jumlah perokok pada penduduk usia 15 tahun keatas mengalami penurunan dari sebelumnya 68,10% laki-laki pada 2016 menjadi 62,90% laki-laki pada 2018 dan untuk perempuan mengalami kenaikan dari sebelumnya 2,50% pada 2016 menjadi 4,80% pada 2018. Hal ini dapat dilihat dari data yang ada pada gambar 1.1.



Sumber : labdata.litbang.depkes.go.id di akses pada 11 Januari 2019

Gambar 1.1 Proporsi Konsumsi Tembakau

Penurunan proporsi konsumsi tembakau untuk laki-laki di Indonesia tidak signifikan hanya sebesar 5,20% sehingga tingkat konsumsi tetap dikategorikan

tinggi, dengan tingginya angka perokok yang ada tidak jarang juga kita lihat penduduk yang tidak merokok bahkan belum pernah merokok hal ini merupakan sesuatu yang cukup menarik dimana saat ini merokok atau mengkonsumsi rokok bukan hal yang tabu bahkan produsen rokok selalu masif dalam pemasaran mereka melalui berbagai media seperti spanduk, baliho, iklan yang mencerminkan petualangan, beasiswa pendidikan, sponsor olahraga ataupun konser yang membuat citra merokok seperti bukan hal yang berbahaya.

Perilaku merokok sudah menjadi sesuatu yang adiktif bagi konsumen rokok dan juga sudah masuk ke dunia pendidikan dan tidak hanya orang yang tidak berpendidikan yang mengkonsumsi rokok bahkan di perguruan tinggi pengkonsumsinya adalah mahasiswa yang merupakan cerminan seseorang yang terpelajar atau terdidik dan mahasiswa yang merokok merupakan cerminan yang kurang baik.

Perilaku merokok di perguruan tinggi menjadi yang hal yang biasa untuk di lihat setiap harinya. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah salah satu institusi perguruan tinggi swasta (PTS) terkemuka di Provinsi Lampung yang memiliki peraturan larangan merokok. IIB Darmajaya berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Alfian Husin yang beralamat di jalan Zainal Abidin Pagar Alam, No.93B. Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia. Memiliki 2 fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Fakultas Ilmu Komputer dengan jumlah program studi yang diselenggarakan berjumlah 8 program studi yaitu Manajemen, Akuntansi, Teknik Informatika, Manajemen Informatika, Sistem Informasi, Sistem Komputer, dan Teknik Komputer.

Peraturan larangan merokok di IIB Darmajaya sudah ada sejak lama dengan nama Gerakan Disiplin Kampus (GDK). GDK dilakukan dalam rangka proses

menuju kampus disiplin, bersih, sehat, dan nyaman, sesuai dengan *Corporate Culture* Darmajaya THE BEST yaitu *taqwa, heart, empathy, brilliant, energetic, synergy, trustworthy*. Peraturan ini ditetapkan untuk mahasiswa, dosen dan karyawan IIB Darmajaya dengan ketentuan apabila melanggar dikenakan denda Rp. 100.000 untuk karyawan dan dosen dan Rp. 25.000 untuk mahasiswa. Larangan merokok diberlakukan hampir diseluruh tempat dan gedung tetapi kampus juga tetap memfasilitasi tempat untuk merokok.

Fenomena yang terjadi masih banyak mahasiswa yang merokok dan masih sedikitnya mahasiswa yang berhenti merokok dilingkungan kampus bahkan ditempat-tempat yang sudah jelas dilarang meskipun sudah ada peraturan yang mengatur tentang hal tersebut.

Tabel 1.1
Prasurvei Mahasiswa IIB Darmajaya

Perilaku	Jumlah	Persentase	Alasan
Tetap Merokok	8	27%	- masih menikmati apa yang mereka lakukan
Berhenti Merokok	22	73%	- Merokok merusak kesehatan - Ingin hidup sehat - Boros - Dorongan dari orang lain seperti keluarga dan orang terdekat

Sumber : Hasil prasurvei mahasiswa IIB Darmajaya yang merokok 2019

Dari hasil pra survei yang dilakukan untuk mengetahui respon mahasiswa yang merokok terhadap perilaku merokok yang mereka lakukan dilingkungan kampus IIB Darmajaya dengan beberapa pertanyaan didapatkan data bahwa dari 30 responden yang sudah merokok sampai 2 tahun paling sebentar dan paling lama

11 tahun didapatkan hasil bahwa 22 diantaranya memiliki niat untuk berhenti merokok dengan alasan merokok merusak kesehatan, ingin hidup sehat, boros, dan dorongan dari orang lain seperti keluarga dan orang terdekat. Sedangkan 8 lainnya belum memiliki niat untuk berhenti merokok dengan alasan masih menikmati apa yang mereka lakukan. Dari semua responden terdapat 73,3% mahasiswa yang ingin berhenti atau memiliki niat untuk berhenti merokok dan 26,6% lainnya merasa belum memiliki niat untuk berhenti. Mayoritas responden memiliki niat untuk berhenti merokok namun niat tersebut tidak terealisasi hingga akhirnya perilaku merokok yang dilakukan terus berulang.

Menurut Peter dan Olson (2010,p.132) mendefinisikan sikap sebagai evaluasi menyeluruh seseorang atas konsep. Konsep dalam hal ini dapat berupa objek atau perilaku yang dapat menimbulkan sikap. Dari hasil prasarvei perilaku merokok mahasiswa darmajaya, diketahui bahwa perilaku yang dilakukan berhubungan erat dengan suatu sikap yang pada akhirnya harus dipilih yaitu berhenti merokok atau tetap merokok yang mana sikap ini juga dipengaruhi oleh indikator yaitu sikap terhadap perilaku adalah sikap yang merupakan keyakinan dan evaluasi menyeluruh dari seorang individu ketika melakukan atau mendengar informasi berkaitan dengan perilaku tertentu, norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai harapan orang atau pihak lain yang penting bagi kehidupan individu mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tertentu, persepsi terhadap pengendalian perilaku atau kontrol perilaku didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai kemampuan mengontrol dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu dan niat yang merupakan kecenderungan untuk melakukan dan terus melakukan perilaku tertentu.

Perilaku merokok merupakan sebuah perilaku konsumen yang mana sesuai dengan pengertian yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2017,p.4) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku merokok melalui proses-proses tersebut, dimulai dari mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan sebuah produk yaitu rokok dan mengharapkan sebuah kepuasan terhadap kebutuhan mereka. Perilaku merokok mahasiswa juga merupakan sebuah perilaku yang pada akhirnya memiliki sebuah kecenderungan seperti apakah perilaku tersebut akan dilanjutkan atau tidak. Berbeda dengan perilaku mahasiswa yang tidak merokok yang tidak dapat dijadikan sebagai populasi ataupun sampel karena penelitian ini mencari kecenderungan dan secara umum mereka yang belum pernah sama sekali merokok hampir tidak memiliki niat untuk merokok bahkan tidak tahan terhadap asap dari rokok. Dari prasurvei juga dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang mengisi kuesioner diketahui bahwa terdapat alasan yang beragam kenapa perilaku tersebut dilakukan dan pada akhirnya terbentuk sebuah keinginan atau minat untuk membentuk suatu sikap. Sikap terhadap perilaku memiliki sebuah pengukuran tersendiri yang mana tidak dapat menggunakan pengukuran terhadap objek untuk memprediksi sebuah perilaku.

Tingginya jumlah perokok dan adanya niat dari mayoritas responden mahasiswa IIB Darmajaya untuk berhenti merokok menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana sikap terhadap sebuah perilaku yaitu perilaku merokok yang membuat sulit untuk berhenti merokok meskipun memiliki niat untuk berhenti. Uraian diatas menjadi dasar pembuatan skripsi dengan judul **“ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU MEROKOK MAHASISWA”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut : “ Bagaimanakah sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa di kampus IIB Darmajaya”.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang merokok di kampus IIB Darmajaya.

2. Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah tentang sikap terhadap perilaku.

3. Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilakukan pada kampus IIB Darmajaya yang beralamat di JL. Zainal Abididin Pagar Alam No. 93 Labuhan Ratu Bandar Lampung 355142.

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian mengenai analisis sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa dilakukan pada bulan November 2018 sampai Maret 2019.

5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup ilmu dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen tentang sikap.

1.4 Tujuan Penelitian

Jika melihat permasalahan yang dikaji maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa di kampus IIB Darmajaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang akan dilakukan adalah.

1.5.1 Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi dan bahan masukan terhadap pemilik kampus IIB Darmajaya untuk membenahi peraturan tentang larangan merokok.

1.5.2 Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara lebih mendalam mengenai sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa dan dapat menambah atau memperkaya wawasan dalam menganalisis sikap terhadap perilaku.

1.5.3 Manfaat Bagi Institusi

Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya terutama mengenai masalah sikap terhadap perilaku, dan juga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan atau referensi.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian pokok dari penulisan ilmiah ini terdiri dari lima bab dengan penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori dasar yang mendukung penelitian yang akan dilakukan penulis/peneliti. Apabila menggunakan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika yang digunakan dan hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang telah dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang demonstrasi pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikir dalam menganalisis persoalan yang dibahas dengan berpedoman dengan teori-teori yang dikemukakan pada BAB II.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Berisikan simpulan dan saran yang merupakan hasil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2017,p.4) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Loudon dan Della-Bitta dalam Sumarwan (2017,p.4) perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan barang atau jasa. Menurut Winardi dalam Sumarwan (2017,p.4) perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Menurut Deaton dan Muellbauer dalam Sumarwan (2017,p.4) Perilaku konsumen merupakan perilaku yang dikaitkan dengan preferensi dan kemungkinan. Menurut Peter dan Olson (2010,p.6) perilaku konsumen melibatkan proses memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa. Perilaku konsumen adalah proses pertukaran sesuatu yang bernilai untuk suatu produk atau layanan yang memuaskan.

Disiplin perilaku konsumen adalah suatu cabang dari ilmu sosial yang memanfaatkan metode riset yang berasal dari disiplin psikologi, sosiologi, ekonomi, dan antropologi dalam meneliti perilaku manusia sebagai konsumen. Riset perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif yaitu pertama perspektif pengambilan keputusan yang mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah tersebut, kedua perspektif eksperiensial mengemukakan bahwa konsumen sering kali melakukan keputusan tidak selalu bersarkan

keputusan rasional untuk memecahkan masalah tetapi hanya karena alasan untuk kegembiraan, fantasi, ataupun emosi yang diinginkan, dan ketiga perspektif pengaruh perilaku yang menyatakan bahwa konsumen melakukan keputusan bukan karena alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya tetapi karena dipengaruhi faktor luar seperti program pemasaran yang dilakukan produsen, faktor budaya, faktor lingkungan fisik, faktor ekonomi dan undang-undang, serta pengaruh lingkungan yang kuat membuat konsumen melakukan perilaku tersebut. Ketiga perspektif ini mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya digunakan untuk memahami mengapa konsumen melakukan apa yang mereka lakukan. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, usaha, dan energi. Secara sederhana, studi perilaku konsumen meliputi hal-hal sebagai berikut. Apa yang dibeli konsumen, mengapa konsumen membelinya, kapan mereka membelinya, dimana mereka membelinya, dan berapa sering mereka menggunakannya.

2.2 Sikap

2.2.1 Definisi Sikap

Sikap konsumen selalu terhadap suatu konsep, yaitu objek dan perilaku. Konsumen dapat memiliki sikap terhadap berbagai objek fisik dan sosial, termasuk produk, merek, model, toko, orang dan juga aspek pemasaran. Konsumen juga dapat memiliki sikap terhadap objek yang tidak dapat dihitung seperti konsep dan ide.

Menurut Peter dan Olson (2010,p.132) mendefinisikan sikap sebagai evaluasi menyeluruh seseorang atas konsep. Suatu tanggapan afeksi pada tingkat intensitas dan pembangkitan yang rendah. Perasaan menyukai secara umum. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2017,p.166) sikap adalah ekspresi perasaan batin yang mencerminkan apakah seseorang itu menguntungkan atau merugikan cenderung ke beberapa objek. Menurut Loudon dan Della-Bitta dalam Sumarwan (2017,p.166) sikap adalah organisasi abadi dari proses motivasi, emosional, perseptual, an kognitif sehubungan dengan beberapa aspek dari dunia individu.

Dari definisi tersebut menggambarkan pandangan kognitif dari psikologi sosial, dimana sikap dianggap memiliki tiga unsur (1) kognitif (pengetahuan), (2) afektif (emosi, perasaan), (3) konatif (tindakan). Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bias menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

2.2.2 Karakteristik sikap

Sikap memiliki beberapa karakteristik penting, yaitu sikap memiliki objek,konsistensi sikap, sikap positif, negative dan netral, intensitas sikap, resistensi sikap, persistensi sikap, keyakinan sikap, dan sikap dan situasi (Sumarwan, 2017). Berikut ini penjelasan untuk masing-masing karakteristik sikap:

a. Sikap memiliki objek

Di dalam koneksi pemasaran, sikap konsumen harus terkait dengan objek, objek tersebut bias terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, kemasan, penggunaan, media, dan sebagainya

b. Konsistensi sikap

Sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen dan perasaan tersebut akan direfleksikan oleh perilakunya.

c. Sikap positif, negatif, dan netral

Seseorang mungkin menyukai makanan rendang (sikap positif) atau tidak menyukai minuman alcohol (sikap negative), atau bahkan ia tidak memiliki sikap (sikap netral). Sikap yang memiliki dimensi positif, negative, dan netral disebut sebagai karakteristik *valance* dari sikap.

d. Intensitas sikap

Sikap seorang konsumen terhadap suatu merek produk akan bervariasi tingkatannya ada yang sangat menyukai atau bahkan ada yang sangat begitu tidak menyukainya. Ketika konsumen menyatakan derajat tingkat kesukaan terhadap suatu produk, maka ia mengungkapkan intensitas sikapnya. Intensitas sikap disebut sebagai karakteristik *extremity* dari sikap.

e. Resistensi sikap (*Resistance*)

Resistensi adalah seberapa besar sikap seorang konsumen bisa berubah.

f. Persistensi sikap (*Persistence*)

Persistensi adalah karakteristik sikap yang menggambarkan bahwa sikap akan berubah karena berlalunya waktu.

g. Keyakinan sikap (*confidence*)

Keyakinan adalah kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya.

h. Sikap dan situasi

Sikap seseorang terhadap suatu objek sering kali muncul dalam konteks situasi. Itu artinya situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek.

2.2.3 Fungsi Sikap

Menurut Daniel Katz dalam Sumarwan (2017,p.168) terdapat empat fungsi sikap.

a. Fungsi utilitarian

Seseorang menyatakan sikapnya terhadap suatu objek atau produk karena ingin memperoleh manfaat dari produk tersebut atau menghindari resiko dari produk. Sikap berfungsi mengarahkan perilaku untuk mendapatkan penguatan positif atau menghindari resiko.

b. Fungsi mempertahankan ego

Sikap berfungsi untuk melindungi seseorang dari keraguan yang muncul dari dalam dirinya sendiri atau dari faktor luar yang mungkin menjadi ancaman bagi dirinya. Sikap tersebut berfungsi untuk

meningkatkan rasa aman dari ancaman yang datang dan menghilangkan keraguan yang ada dalam diri konsumen.

c. Fungsi ekspresi nilai

Sikap berfungsi untuk menyatakan nilai-nilai, gaya hidup, dan identitas sosial dari seseorang. Sikap akan selalu menggambarkan minat, hobi, kegiatan, dan opini dari seorang konsumen.

d. Fungsi pengetahuan

Keingintahuan adalah salah satu karakter konsumen yang penting. Ia selalu ingin tahu banyak hal, merupakan kebutuhan konsumen. Sering kali konsumen perlu tahu produk terlebih dahulu sebelum ia menyukai kemudian membeli produk tersebut. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk sering kali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut.

2.2.4 Jenis-jenis Sikap

Jenis-jenis sikap menurut Peter dan Olson (2010,p.136) adalah:

a. Sikap terhadap objek

Sikap terhadap objek, termasuk produk atau merek terjadi karena proses integrasi informasi yang dibentuk konsumen terhadap suatu objek. Saat proses integrasi, konsumen menggabungkan beberapa pengetahuan, pengertian, dan kepercayaan mengenai produk atau merek untuk membentuk evaluasi secara menyeluruh. Kepercayaan yang dipertimbangkan, hal tersebut dibentuk oleh proses interpretasi atau diaktifkan dari memori.

Melalui pengalaman beragam, konsumen memperoleh banyak kepercayaan mengenai produk, merek, dan objek lain disekitarnya. Kepercayaan membangun jaringan asosiatif atas arti yang saling terhubung tersimpan di memori. Oleh karena kapasitas kognitif seseorang bersifat terbatas, hanya sedikit kepercayaan dapat diaktifkan dan secara sadar dipertimbangkan dalam satu waktu. Kepercayaan diaktifkan disebut sebagai kepercayaan menonjol (*salient beliefs*). Hanya kepercayaan menonjol terhadap suatu objek yang menciptakan sikap seseorang terhadap objek tersebut. Dengan demikian kunci untuk memahami sikap konsumen adalah mengidentifikasi dan mengerti dasar kepercayaan menonjol tersebut.

Secara prinsip, konsumen dapat memiliki kepercayaan menonjol mengenai segala jenis dan tingkatan arti yang memiliki asosiasi dengan produk tertentu. Misalnya, konsumen yang memiliki rantai alat tujuan lengkap dengan pengetahuan produk dapat mengaktifkan kepercayaan mengenai atribut produk, konsekuensi fungsional yang dimiliki, atau nilai yang dicapai dengan menggunakannya. Selain itu, kepercayaan mengenai jenis-jenis arti terkait produk lain, seperti negara asal produk dapat juga diaktifkan. Kepercayaan menonjol dapat mencakup taktil yaitu berkaitan dengan sentuhan atau rabaan, penciuman, dan imaji visual, serta dapat pula sebagai representative kognitif emosi dan suasana hati yang terkait dengan penggunaan produk. Jika diaktifkan, segala bentuk kepercayaan tersebut dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk.

Banyak faktor memengaruhi kepercayaan yang akan diaktifkan dalam suatu situasi dan menjadi faktor yang menentukan dari sikap terhadap objek. Mereka mencakup stimulus penting dalam

lingkungan sekitar (tampilan di tempat penjualan, iklan, dan informasi di kemasan), peristiwa terkini, suasana hati konsumen dan kondisi emosional, nilai dan tujuan konsumen yang diaktifkan pada situasi tersebut. Misalnya, mengetahui adanya diskon untuk sepatu mendaki akan membuat kepercayaan menonjol terhadap harga, sehingga memengaruhi sikap terhadap objek

Pemasar dapat melihat kepercayaan yang menonjol pada konsumen atas suatu produk bervariasi dari waktu ke waktu atau situasi. Itulah, perangkat pada kepercayaan menonjol mengenai suatu produk yang berbeda dapat diaktifkan pada situasi atau waktu yang berbeda. Variasi dalam seperangkat kepercayaan menonjol berbeda dari waktu ke waktu dan situasi berbeda dapat menyebabkan perubahan dalam sikap konsumen tergantung pada situasi yang sedang dihadapi, konteks, waktu, suasana hati, dan sebagainya. Konsumen memiliki seperangkat kepercayaan menonjol yang stabil. Biasanya, meskipun jumlah variasi kepercayaan menonjol dan sikap tidak banyak untuk sebagian objek.

b. Sikap terhadap perilaku

Sikap konsumen telah dipelajari secara intensif, namun lebih memperhatikan perilaku konsumen yang eksplisit, terutama perilaku pembelian konsumen. Dengan demikian, tidak mengherankan upaya riset besar dilakukan untuk membangun hubungan antara sikap dan perilaku. Berdasarkan pada ide konsistensi banyak yang mungkin melihat sikap terhadap objek berhubungan terhadap perilaku terhadap objek. Kebanyakan periset pasar percaya dan bertindak atas asumsi bahwa semakin seseorang menyukai suatu produk atau merek,

semakin besar kecenderungan orang tersebut akan membeli atau menggunakan produk, atau merek tersebut.

Dengan demikian, periset pemasaran akan mengukur sikap konsumen terhadap suatu produk dan menggunakan hasilnya untuk memprediksi mengenai konsumen akan membeli produk tersebut bulan depan. Jika pendekatan tersebut terlihat beralasan, tetapi kenyataannya sikap konsumen terhadap suatu produk tidak dapat memprediksi perilaku konsumen terhadap produk. Dengan beberapa pengecualian, beberapa riset menunjukkan hubungan lemah antara sikap terhadap objek dan perilaku tunggal spesifik.

Hubungan antara kepercayaan konsumen, sikap, dan perilaku berhubungan dengan objek tertentu yang didasarkan pada kepercayaan menonjol. Seperti saat konsumen mengunjungi suatu tempat pada hari tertentu, mengabaikan iklan tentang tempat tersebut, menggunakan tiket promo untuk mendapatkan keuntungan, atau merekomendasikan tempat tersebut ke orang lain. Namun, tidak ada satupun perilaku tersebut konsisten dengan atau berhubungan kuat dengan sikap terhadap objek yang dimilikinya, meskipun beberapa mungkin berhubungan.

Hal tersebut tidak berarti sikap konsumen menjadi tidak relevan dengan perilakunya. Meskipun demikian, tidak mungkin untuk memprediksi secara akurat setiap perilaku spesifik berdasarkan pengetahuan atas sikap keseluruhan seseorang terhadap suatu objek atas perilaku.

Meskipun proposisi tersebut terlihat aneh, terdapat banyak contoh yang membuatnya valid. Pikirkan bahwa banyak konsumen mungkin memiliki sikap positif terhadap suatu produk, namun kebanyakan tidak membeli produk-produk tersebut. Oleh karena sikap menyukai produk tertentu dapat diekspresikan dalam berbagai perilaku, maka sangat sulit memprediksi perilaku spesifik yang akan diambil. Misal tiga konsumen yang memiliki sikap positif terhadap sebuah produk, namun tidak memiliki produk tersebut. Konsumen pertama membaca iklan dan artikel terkait produk tersebut. Konsumen kedua pergi ke pameran untuk melihat-lihat produk tersebut. Konsumen ketiga hanya berkhayal memiliki produk tersebut. Secara keseluruhan, adanya sikap positif atau negatif terhadap suatu produk tidak berarti konsumen akan berperilaku positif atau negatif terhadap produk tersebut.

2.3 Model Sikap Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*)

Theory of Planned Behaviour Model (TPB) adalah model sikap yang dikembangkan dari model sikap TRA (*Theory of Reasoned Action*). Model ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1985. Model ini juga dikembangkan dari model multiatribut Fishbein. TPB adalah model sikap yang memperkirakan minat atau niat konsumen untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan. Model TPB menjelaskan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku seseorang adalah niatnya atau kecenderungannya untuk melakukan tindakan tersebut.

Ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini, antara lain adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasi terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia

seperti mengapa seseorang membeli mobil baru, memilih seorang calon dalam pemilu, mengapa tidak masuk kerja atau mengapa melakukan hubungan pranikah. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku.

Pada intinya TPB didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu. TPB memperhitungkan bahwa semua perilaku tidaklah di bawah kendali dan sepenuhnya di luar kendali. Sebenarnya perilaku-perilaku tersebut berada pada suatu titik dalam suatu kontinum dari semulanya di bawah kendali menjadi tidak terkendali. Dalam keadaan ekstrim, mungkin sama sekali tidak terdapat kemungkinan untuk mengendalikan suatu perilaku karena tidak adanya kesempatan, karena tidak adanya sumber daya atau keterampilan. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal, faktor-faktor internal antara lain keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stres, dan sebagainya dan faktor-faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan.

2.3.1 Indikator Sikap Teori Perilaku Terencana

Menurut Ajzen dalam penelitian Ramdhani (2011) TPB memiliki 4 indikator.

a. Sikap Terhadap Perilaku

Ajzen mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*).

Keyakinan berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya, pemahaman individu mengenai diri dan lingkungannya, dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila individu melakukan atau tidak melakukannya. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku itu apabila berdasarkan evaluasi yang dilakukan individu, diperoleh data bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan baginya.

b. Norma Subyektif

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Persepsi ini sifatnya subjektif sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Sebagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Bedanya adalah apabila sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan individu yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (*normative belief*).

c. Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku

Hal ini adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. Untuk menjelaskan mengenai persepsi kontrol perilaku ini, Ajzen membedakannya dengan *locus of control* atau pusat kendali yang dikemukakan oleh Rotter. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu yang relatif stabil dalam segala situasi. Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan

jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu tentang keberhasilannya melakukan segala sesuatu, apa-kah tergantung pada usahanya sendiri atau faktor lain di luar dirinya. Jika keyakinan ini berkaitan dengan pencapaian yang spesifik, misalnya keyakinan dapat menguasai keterampilan menggunakan komputer dengan baik disebut kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

d. Niat

Niat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu, dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.

2.4 Penelitian Terdahulu

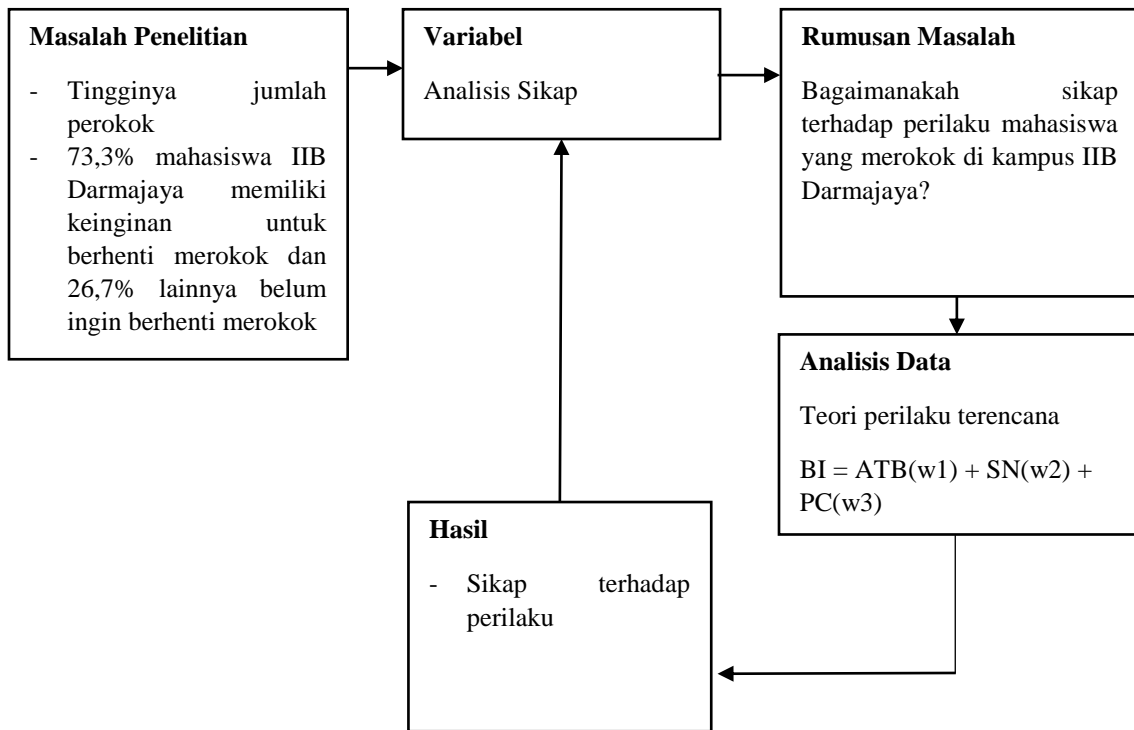
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Vinita Bhatia, (2018)	<i>Examining consumers' attitude towards purchase of counterfeit fashion Products</i>	<i>Attitude towards purchase</i>	<i>Measuremen t model</i>	<i>The results of the study indicate that value consciousness, materialism and social influence positively relate to consumers' attitude towards counterfeit fashion products which eventually leads to purchase intention. Brand consciousness and perceived risk have no significant relationship with consumers' attitude towards counterfeit fashion products. Low- income group consumers are value conscious and brand conscious and perceive a low risk</i>

					<i>which influences their attitude towards counterfeit fashion products.</i>
2	Sourabh Arora Kunal Singha Sangeeta Sahney , (2017)	<i>Understanding consumer's showrooming behaviour: extending the theory of planned behavior</i>	<i>consumer's showrooming behavior</i>	<i>Theory of planned behavior</i>	<i>The results of the study indicate that 'touching and feeling the product' and 'sales staff assistance' motivated customers to visit the physical store before buying online. 'Better online service quality' and 'lower prices online' induced customers to later purchase online. Price conscious customers and those with the ability to use multiple channels were more likely to engage in showrooming behaviour.</i>
3	Jan Mei Soon, Carol Wallace, (2017)	<i>Application of theory of planned</i>	<i>Purchasing intention and consumption of</i>	<i>Theory of planned behaviour</i>	<i>The regression model for all the respondents</i>

		<i>behaviour in purchasing intention and consumption of halal Food.</i>	<i>halal Food.</i>		<i>explained about 73% of the variance of the intent to purchase halal foods where $R^2 = 0.724$, (Adjusted $R^2 = 0.72$). This was significantly different from zero $F(3, 185) = 162.130$, $p < 0.001$. Both Muslim and non-Muslim consumers' attitudes were significant predictors of their purchasing intention of halal foods ($\beta = 0.87$, $p < 0.001$). The implications of subjective norms and perceived behavioural control and the lack of influence from these predictors are discussed.</i>
--	--	---	--------------------	--	---

2.5 Kerangka Pikir



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang saya lakukan ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dimana penelitian dilakukan pada mahasiswa di IIB Darmajaya. Menurut Sugiyono, (2016) kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan dan deskriptif adalah penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang di proses peneliti dari subyek berupa individu, organisasional industri atau perspektif yang lain. Dalam hal ini analisis sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa di kampus IIB Darmajaya.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu berupa data dalam bentuk jawaban yang diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa IIB Darmajaya yang merokok.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode penelitian lapangan, metode penelitian lapangan dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan penelitian, dengan maksud untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan teknik kuisioner, yaitu peneliti membuat daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa IIB Darmajaya yang merokok.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang merokok di IIB Darmajaya.

3.4.2 Sampel

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015,p.70) sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel yaitu metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Non Probability Sampling* yaitu adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel sedangkan *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, Lupiyoadi dan Ikhsan (2013,p.73). Karena dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka, didalam pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$n = (0,25)\left(\frac{Z\alpha.2}{E}\right)^2$$

Keterangan:

n =Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

Z =Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

α = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

Jadi perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = (0,25)\left(\frac{Z\alpha \cdot 2}{E}\right)^2$$

$$n = (0,25)\left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2$$

$$n = (0,25)(384,16)^2$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 96 sampel

Berdasarkan perhitungan tersebut, dalam penelitian ini untuk mendapatkan jumlah sampel yang lebih efektif maka penulis mengambil jumlah sampel dengan melakukan pembulatan menjadi sebanyak 100 sampel, jadi jumlah n ukuran sampel sebanyak 100 mahasiswa IIB Darmajaya yang merokok.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah analisis sikap

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional.

Variabel	Defini Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sikap	sikap merupakan evaluasi menyeluruh seseorang atas konsep (Peter dan Olson, 2010)	sikap merupakan evaluasi menyeluruh mahasiswa IIB Darmajaya terhadap perilaku merokok	Sikap terhadap perilaku <ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan perilaku - Evaluasi konsekuensi Norma subjektif <ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan normatif - Motivasi mematuhi Persepsi terhadap pengendalian perilaku <ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan kontrol - Kekuatan faktor control Niat	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.36) Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang

sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment*, diolah menggunakan SPSS versi 20 (*Statistical Program and Service Solution seri*). Kriteria pengujian untuk uji ini adalah:

Bila probabilitas (sig) < 0,05 maka instrumen valid

Bila probabilitas (sig) > 0,05 maka instrumen tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016, p,183) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur kuisisioner (angket). Untuk mengukur tingkat reliabilitas kuisisioner digunakan rumus Cronbach Alpha 0,05, untuk menginterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r, untuk menyimpulkan alat bantu yang digunakan cukup realibel menurut Sugiono (2016, p,184).

Tabel 3.2

Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

Sumber : Sugiyono (2016, p,184)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of planned Behaviour*)

Theory of Planned Behaviour Model (TPB) adalah model sikap yang dikembangkan dari model sikap TRA (*Theory of Planned Action*). Model ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1985. Model ini juga dikembangkan dari model multiatribut Fishbein. TPB adalah model sikap yang memperkirakan minat atau niat konsumen untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan. Model TPB menjelaskan bahwa factor utama yang mempengaruhi perilaku seseorang adalah niatnya atau kecenderungannya untuk melakukan tindakan tersebut, TPB seperti dikemukakan Ajzen (1991) menyatakan bahwa perilaku manusia terlebih dahulu dipengaruhi oleh minat. Minat akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku, yaitu bagaimana konsumen memiliki persepsi terhadap pengendalian perilaku.

Model matematika TPB dapat dikemukakan sebagai berikut.

$$BI = ATB(w1) + SN(w2) + PC(w3) \dots\dots\dots (1)$$

$$\text{Dimana, } ATB = \sum bi,ei \dots\dots\dots(2)$$

$$SN = \sum ri,mi \dots\dots\dots(3)$$

$$PBC = \sum Pi,ci \dots\dots\dots(4)$$

BI = Kecenderungan (minat atau niat) konsumen untuk melakukan perilaku atau tindakan tertentu

ATB = Sikap monsumen terhadap perilaku atau tindakan tertentu

SN = Norma subjektif

PBC = Persepsi terhadap pengendalian perilaku

w1,w2,w3 = Bobot yang mempengaruhi ATB, SN, dan PBC terhadap

	BI	
Bi	=	Kepercayaan bahwa perilaku tertentu akan memberikan hasil tertentu
Ei	=	Evaluasi terhadap hasil yang diperoleh
Ri	=	Kepercayaan normative bahwa kelompok acuan menginginkan seseorang untuk melakukan perilaku atau tindakan tertentu
Mi	=	Motivasi untuk mematuhi atau sejalan dengan kelompok acuan
Pi	=	Keyakinan akan faktor-faktor yang mendorong atau menghalangi suatu perilaku atau tindakan
Ci	=	Keyakinan akan factor-faktor yang mendorong atau menghalangi suatu perilaku atau tindakan

3.8.2 Interval

Total skor indikator dikategorikan kedalam tiga kelompok, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, yang ditentukan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Interval Kelas (I)} = \frac{\text{Skor Maksimum (NT)} - \text{Skor Minimum (NR)}}{\sum \text{Kategori}}$$

Rentang pengkategorian kelas berdasarkan rumus tersebut adalah:

Rendah = NR sampai (NR+I)

Sedang = (NR+I) + 1 sampai (NR + 2I)

Tinggi = (NR + 2I) + 1 sampai NT

Sedangkan untuk mencari nilai sebaran dari setiap responden yang akan di bandingkan dengan interval, rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Nilai Sebaran} = \frac{(\text{Total Komponen 1}) \times (\text{Total Komponen 2})}{\text{Total Pernyataan Komponen}}$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian dilihat berdasarkan karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

a. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia pada saat penyebaran kuisioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
18	10
19	6
20	14
21	18
22	27
23	17
24	8
Jumlah	100

Sumber : Data diolah pada (2019)

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat bahwa dari jumlah keseluruhan 100 responden, yang paling

mendominasi dalam penelitian ini berusia 22 tahun sebanyak 27 responden dengan presentase sebesar 27% dari keseluruhan responden.

b. Lama Merokok

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan lama merokok pada saat penyebaran kuisioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Lama Merokok

Lama Merokok (Tahun)	Jumlah
1-5 tahun	63
6-10 tahun	28
> 10 tahun	9
Jumlah	100

Sumber : Data diolah pada (2019)

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan lama merokok, dapat dilihat bahwa dari jumlah keseluruhan 100 responden, yang paling mendominasi dalam penelitian ini adalah perokok yang sudah merokok selama 1-5 tahun sebanyak 63 responden dengan presentase sebesar 63% dari keseluruhan responden.

c. Jumlah Konsumsi Rokok Perhari

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jumlah konsumsi rokok perhari pada saat penyebaran kuisioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi Rokok Perhari

Jumlah Konsumsi Rokok Perhari	Jumlah
<1 bungkus	50
1 bungkus	38
>1 bungkus	12
Jumlah	100

Sumber : Data diolah pada (2019)

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan jumlah konsumsi rokok perhari, dapat dilihat bahwa dari jumlah keseluruhan 100 responden, yang paling mendominasi dalam penelitian ini adalah perokok yang mengkonsumsi rokok <1 bungkus perhari sebanyak 50 responden dengan presentase sebesar 50% dari keseluruhan responden.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

Hasil uji persyaratan instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden harus diuji terlebih dahulu.

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *product moment*. Dengan penelitian ini, perhitungan uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Kriteria pengujian untuk uji ini adalah:

Bila probabilitas (sig) < 0,05 maka instrument valid

Bila probabilitas (sig) > 0,05 maka instrument tidak valid

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.4**Hasil Uji Validitas Analisis Sikap**

Pernyataan	Signifikansi	Alpha (0.05)	Simpulan
Pernyataan 1	0.007	0,05	Valid
Pernyataan 2	0.022	0,05	Valid
Pernyataan 3	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,011	0,05	Valid
Pernyataan 6	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 8	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 9	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 10	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 11	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 12	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 13	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 14	0.007	0,05	Valid
Pernyataan 15	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 16	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 17	0.002	0,05	Valid
Pernyataan 18	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 19	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 20	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 21	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 22	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 23	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 24	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 25	0.000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah pada (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 hasil uji validitas dengan menampilkan 25 instrumen pernyataan mengenai analisis sikap. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig <

alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan mengenai analisis sikap adalah valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai analisis sikap menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

Sumber : Sugiyono (2016, p,184)

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai interpretasi nilai r, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha
Sikap	0.921

Sumber : Data diolah pada (2019)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji reliabilitas didapatkan nilai cronbach alpha sebesar 0,921 dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Dari metode perhitungan terdapat 4 bagian yang harus dicari terlebih dahulu yaitu pertama sikap terhadap perilaku (ATB), kedua norma subjektif (SN), ketiga persepsi terhadap pengendalian perilaku (PBC), dan niat (I). Total skor indikator dikategorikan kedalam tiga kelompok, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, yang ditentukan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Interval Kelas (I)} = \frac{\text{Skor Maksimum (NT)} - \text{Skor Minimum (NR)}}{\sum \text{Kategori}}$$

Interval indikator sikap, norma dan kontrol perilaku

$$\text{Interval Kelas (I)} = \frac{196 - 4}{3}$$

$$\text{Interval Kelas (I)} = 64$$

Interval indikator niat untuk berhenti merokok

$$\text{Interval Kelas (I)} = \frac{7 - 1}{3}$$

$$\text{Interval Kelas (I)} = 2$$

Oleh karena itu, rentang pengkategorian kelas berdasarkan rumus tersebut adalah:

Rendah = NR sampai (NR+I)

Sedang = (NR+I) + 1 sampai (NR + 2I)

Tinggi = (NR + 2I) + 1 sampai NT

Adapun rincian tentang interval kelas untuk masing-masing indikator terangkum dalam tabel 4.8

Tabel 4.7
Interval Kelas dan Skor Indikator

Indikator	Interval Kelas dan Skor		
	Rendah	Sedang	Tinggi
ATB	4-68	69-132	133-196
SN	4-68	69-132	133-196
PBC	4-68	69-132	133-196
I	1-3	4-5	6-7

4.3.1 Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behaviour*)

Sikap terdiri atas dua komponen yaitu keyakinan perilaku dan evaluasi konsekuensi. Tabel 4.9 menunjukkan sebaran berdasarkan kategori responnya terhadap item pernyataan sikap.

Tabel 4.8
Sebaran Berdasarkan Pernyataan Sikap Terhadap Perilaku

Nomor	Pernyataan	Respon							Modus
		STS	TS	KS	BS	AS	S	SS	
	Keyakinan Perilaku								
1	Saya akan memiliki banyak manfaat dan keuntungan jika tidak merokok	3	3	11	21	14	13	35	SS
2	Saya akan terbebas dari sifat ketagihan apabila berhenti merokok	3	2	12	14	23	25	21	S
3	Saya akan terhindar dari mengkonsumsi bahan-bahan kimia berbahaya jika berhenti merokok	1	5	10	18	15	24	27	SS
4	Saya akan terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit jika berhenti merokok	2	5	10	12	17	23	31	SS
	Evaluasi Konsekuensi								
5	Saya ingin memperoleh manfaat dan keuntungan seperti mereka yang tidak merokok	1	3	11	16	11	27	31	SS
6	Saya ingin terbebas dari sifat ketagihan terhadap suatu zat tertentu	2	4	11	4	16	34	29	S

7	Saya ingin menghindari mengkonsumsi bahan-bahan kimia berbahaya	2	2	4	8	25	29	30	SS
8	Saya ingin terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit yang disebabkan karena merokok	2	1	4	7	18	29	39	SS

Hasil penelitian sikap terhadap perilaku menunjukkan bahwa proporsi terbesar berada pada kategori setuju dan sangat setuju untuk item pernyataan keyakinan perilaku. Proporsi terbesar sangat setuju paling tinggi yang pertama adalah bahwa jika tidak merokok maka akan memiliki banyak manfaat dan keuntungan, kemudian jika berhenti merokok maka akan terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit, kemudian jika berhenti merokok maka akan terhindar dari mengkonsumsi bahan-bahan kimia berbahaya. Sementara itu, proporsi terbesar setuju adalah apabila berhenti merokok maka akan terbebas dari sifat ketagihan.

Sementara itu, Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi terbesar berada pada kategori setuju dan sangat setuju untuk item pernyataan evaluasi konsekuensi. Proporsi terbesar sangat setuju paling tinggi yang pertama adalah ingin terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit yang disebabkan karena merokok, kemudian ingin memperoleh manfaat dan keuntungan seperti mereka yang tidak merokok, kemudian ingin memperoleh manfaat dan keuntungan seperti mereka yang tidak merokok. Sementara itu, proporsi terbesar setuju adalah ingin terbebas dari sifat ketagihan terhadap suatu zat tertentu.

Tabel 4.9
Sebaran Berdasarkan Tingkat Sikap Terhadap Perilaku

Tingkat Sikap	Jumlah	N
Rendah	4-68	16
Sedang	69-132	45
Tinggi	133-196	39
Total		100
Minimum-Maksimum		30-196
Rata-rata		118,89

Sikap dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok, yaitu rendah, sedang, dan tinggi berdasarkan interval kelas. Hasil penelitian pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa proporsi terbesar sikap terhadap perilaku berada pada kategori sedang sebesar 45, kemudian tinggi sebesar 39 dan sisanya berada pada kategori rendah sebesar 16. Rata-rata yang didapat sebesar 118,89 berada pada kategori sedang.

4.3.2 Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif menunjukkan seberapa besar tekanan dan harapan orang-orang kepada responden untuk berhenti merokok. Norma subjektif terdiri atas dua komponen, yaitu keyakinan normatif dan motivasi mematuhi. Tabel 4.11 menunjukkan sebaran berdasarkan kategori responnya terhadap item pernyataan norma subjektif.

Tabel 4.10
Sebaran Berdasarkan Pernyataan Norma Subjektif

Nomor	Pernyataan	Respon							Modus
		STS	TS	KS	BS	AS	S	SS	
	Keyakinan Normatif								
9	Kebanyakan orang menginginkan saya berhenti merokok	4	3	5	17	15	26	30	SS
10	Orang tua saya menghendaki agar saya berhenti merokok	7	1	4	22	14	20	22	BS/SS
11	Teman saya menganjurkan saya agar tidak lagi merokok	7	6	7	22	21	23	14	S
12	Dokter kesehatan mengatakan bahwa merokok tidak baik, sehingga menganjurkan berhenti merokok	3	0	7	9	25	18	38	SS
	Motivasi Mematuhi								
13	Saya ingin melakukan apa yang dikatakan kebanyakan orang agar saya tidak merokok	5	5	11	15	25	22	17	AS
14	Saya ingin melakukan apa yang orang tua saya kehendaki tentang rokok	4	3	3	15	19	35	21	S
15	Saya ingin mengikuti anjuran teman saya untuk tidak merokok lagi	8	2	9	28	19	17	17	BS
16	Saya ingin mengikuti anjuran dokter kesehatan agar berhenti merokok	3	4	5	20	24	30	14	S

Hasil penelitian norma subjektif menunjukkan bahwa dokter kesehatan menganjurkan untuk berhenti merokok dan juga kebanyakan orang menginginkan responden berhenti merokok. Namun untuk orang tua ada pendapat yang sama besar dimana ada yang sangat setuju namun ada yang biasa saja dengan proporsi yang sama sedangkan untuk teman sebaya berada pada kategori setuju untuk menganjurkan tidak merokok lagi

Sementara itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa yang menjadi motivasi untuk mematuhi anjuran berhenti merokok adalah dari orang tua dan dari dokter kesehatan. Anjuran dari teman hanya berada pada kategori biasa saja dan kebanyakan teman hanya berada pada kategori agak setuju.

Tabel 4.11
Sebaran Berdasarkan Tingkat Norma Subjektif

Tingkat Sikap	Jumlah	N
Rendah	4-68	28
Sedang	69-132	45
Tinggi	133-196	27
Total		100
Minimum-Maksimum		21-196
Rata-rata		106,64

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa proporsi terbesar norma subjektif yaitu sebesar 45 berada pada kategori sedang. Proporsi terbesar kedua berada pada kategori rendah sebesar 28 sedangkan 27 untuk kategori tinggi. Rata-rata yang didapat sebesar 106,64 berada pada kategori sedang.

4.3.3 Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Persepsi terhadap pengendalian perilaku menunjukkan seberapa besar pengendalian atau kontrol yang dimiliki responden untuk dapat berhenti merokok. Pengendalian perilaku terdiri dari dua komponen yaitu keyakinan kontrol dan kekuatan faktor kontrol. Tabel 4.13 menunjukkan sebaran respon terhadap item pernyataan persepsi terhadap pengendalian perilaku.

Tabel 4.12
Sebaran Berdasarkan Pernyataan Persepsi Terhadap Pengendalian
Perilaku

Nomor	Pernyataan	Respon							Modus
		STS	TS	KS	BS	AS	S	SS	
	Keyakinan Kontrol								
17	Saya yakin bahwa masih banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok	1	1	4	16	17	28	33	SS
18	Saya yakin bahwa padatnya aktivitas akan cenderung memudahkan saya untuk tidak merokok	2	9	9	18	15	26	21	S
19	Saya akan mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok	2	3	6	17	15	26	31	SS
20	Saya tidak merokok jika beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok	4	6	11	21	17	22	19	S
	Kekuatan Faktor Kontrol								
21	Saya memiliki banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok	1	5	6	21	15	30	22	S
22	Saya memiliki aktivitas yang cukup padat dalam satu tahun ini	2	4	8	27	23	23	13	BS
23	Saya sering mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok	4	4	9	22	21	24	16	S
24	Saya sering kali beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok dalam satu tahun ini	3	5	10	18	30	24	10	AS

Hasil penelitian persepsi terhadap pengendalian perilaku menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi bahwa masih banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok dan akan mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok yang berada pada kategori sangat setuju dan lainnya memiliki persepsi bahwa padatnya aktivitas akan cenderung memudahkan saya untuk tidak merokok tidak merokok jika beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok yang berada pada kategori setuju.

Sebagian responden berpersepsi bahwa bahwa masih banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok dan akan mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kekuatan faktor kontrol untuk melakukan aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok dan sering mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok dimana dua pernyataan ini berada pada kategori setuju. Untuk pernyataan memiliki aktivitas yang cukup padat dalam satu tahun ini hanya berada pada kategori biasa saja dan pernyataan sering kali beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok dalam satu tahun ini berada pada kategori agak setuju.

Tabel 4.13
Sebaran Berdasarkan Tingkat Persepsi Terhadap Pengendalian
Perilaku

Tingkat Sikap	Jumlah	N
Rendah	4-68	19
Sedang	69-132	57
Tinggi	133-196	24
Total		100
Minimum-Maksimum		8-196
Rata-rata		105,80

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian besar pengendalian perilaku responden berada pada kategori sedang 57 kemudian tinggi sebesar 24 dan terakhir rendah sebesar 19. Rata-rata yang didapat sebesar 105,80 berada pada kategori sedang.

4.3.4 Niat Untuk Berhenti Merokok

Niat untuk berhenti merokok adalah seberapa kuat keinginan responden untuk berhenti merokok dengan menjawab pernyataan yang diberikan. Tabel 4.15 menunjukkan bahwa proporsi terbesar responden memiliki respon yang berada pada kategori sangat setuju untuk berhenti merokok dalam satu tahun kedepan.

Tabel 4.14

Sebaran Berdasarkan Pernyataan Niat Untuk Berhenti Merokok

Nomor	Pernyataan	Respon							Modus
		STS	TS	KS	BS	AS	S	SS	
	Niat Untuk Berhenti Merokok								
25	Saya berharap dapat berhenti merokok dalam satu tahun kedepan	5	5	3	11	20	25	31	SS

Dari data diatas didapatkan hasil untuk komponen niat untuk berhenti merokok sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju untuk dapat berhenti merokok dalam satu tahun kedepan.

Tabel 4.15

Sebaran Berdasarkan Tingkat Pernyataan Niat Untuk Berhenti Merokok

Tingkat Sikap	Jumlah	N
Rendah	1-3	13
Sedang	4-5	31
Tinggi	6-7	56
Total		100
Minimum-Maksimum		1-7
Rata-rata		5,35

Hasil analisis terhadap niat untuk berhenti merokok diklasifikasikan ke dalam tiga kelomptetapok yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan

menggunakan rumus interval kelas. Tabel 4.16 menunjukkan bahwa proporsi terbesar 56 niat untuk berhenti merokok berada pada kategori tinggi. Selanjutnya, niat untuk berhenti merokok berada pada kategori sedang 31 dan terakhir 13 pada kategori rendah. Rata-rata yang didapat sebesar 5,35 berada pada kategori sedang.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Hasil Analisis Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behaviour*)

Hasil penelitian sikap terhadap perilaku menunjukkan nilai rata-rata sebesar 118,89 dengan jumlah responden 45 orang berada pada kategori sedang yang berarti secara keseluruhan responden tidak memiliki kecenderungan sikap menolak atau menerima perilaku merokok. Responden menyadari bahwa perilaku merokok merupakan tindakan yang tidak bermanfaat dan perilaku untuk berhenti merokok cukup menguntungkan untuk dilakukan. Menurut Ajzen dalam penelitian Ramdhani sikap terhadap perilaku adalah dimana seseorang melakukan penilaian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan (Ramdhani, 2011). Responden yang setuju menyadari keuntungan yang didapat dari berhenti merokok antara lain, terbebas dari sifat ketagihan, terhindar dari mengkonsumsi bahan kimia dan terbebas dari gangguan kesehatan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang ada dimana hampir jawaban mayoritas yang diberikan adalah setuju dan sangat setuju.

Hasil analisis juga tidak semua setuju terhadap pernyataan yang ada, masih terdapat responden yang merasa merokok bukanlah sesuatu yang harus dikhawatirkan. Hal ini karena mereka sudah cukup lama merokok dan belum merasakan efek negatif yang besar yang membuat mereka ingin berhenti merokok seperti disebutkan pada pernyataan.

4.4.2 Hasil Analisis Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Hasil penelitian norma subjektif menunjukkan nilai rata-rata dari indikator ini sebesar 106,64 berada pada kategori sedang dengan jumlah responden 45 orang berada pada kategori sedang yang artinya berdasarkan norma subjektif responden tidak memiliki kecenderungan untuk menerima atau menolak harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam hidupnya untuk berhenti merokok. Responden sadar mereka merasakan tekanan sosial dari orang-orang yang menginginkan mereka untuk berhenti merokok seperti dari orang tua, teman, dokter kesehatan, dan lingkungan. Tekanan sosial yang dirasakan menjadi alasan mengambil sikap yaitu berhenti merokok. Menurut Ajzen dalam penelitian Ramdhani menerangkan bahwa norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (Ramdhani, 2011).

Hasil analisis menyatakan tekanan sosial yang dirasakan dari orang-orang terdekat memang ada dan disetujui sesuai dengan pernyataan yang ada namun dari responden sendiri menyatakan melalui jawaban mereka bahwa yang paling disetujui memberikan tekanan yang paling berdampak untuk mereka mengambil sikap adalah keinginan orang tua dan anjuran dokter kesehatan, sedangkan tekanan dari teman dan lingkungan selain yang disebutkan tidak terlalu berdampak untuk pengambilan sikap.

4.4.3 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Pengendalian Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Hasil penelitian persepsi terhadap pengendalian perilaku menunjukkan bahwa rata-rata 105,80 berada pada kategori sedang yang artinya berdasarkan persepsi terhadap pengendalian perilaku responden tidak memiliki kecenderungan untuk mempertimbangkan atau tidak

mempertimbangkan aktivitas lain yang lebih bermanfaat dari merokok. Responden menyadari bahwa aktivitas lain bisa mengalihkan responden dari perilaku merokok. Responden juga menyetujui bahwa aktivitas lain memiliki dampak yang dapat mengalihkan mereka dari perilaku merokok ke perilaku yang lebih bermanfaat karena masih banyak aktivitas yang lebih menguntungkan, padatnya aktivitas cenderung memudahkan untuk berhenti merokok, dan dapat mengurangi masalah keuangan karena digunakan untuk membeli rokok. Beraktivitas bersama teman-teman bukan perokok juga bisa membantu mereka berhenti merokok. Pengendalian perilaku yang dilakukan berasal dari pengalaman masa lalu untuk tidak lagi merokok. Menurut Ajzen dalam penelitian Ramdhani menerangkan bahwa persepsi terhadap pengendalian perilaku adalah mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ramdhani, 2011).

Kesadaran responden terhadap aktivitas lain yang lebih bermanfaat juga sejalan dengan aktivitas yang mereka miliki. Responden memiliki aktivitas lain yang lebih menguntungkan namun aktivitas tersebut tidaklah padat. Permasalahan keuangan juga sering dialami karena sudah kecanduan untuk merokok namun tetap intensitas merokok yang dibatasi.

4.4.4 Hasil Analisis Niat Untuk Berhenti Merokok

Hasil penelitian niat untuk berhenti merokok menunjukkan bahwa rata-rata 5,35 berada pada kategori tinggi yang artinya responden memiliki kecenderungan sikap untuk menolak perilaku merokok. Dapat dilihat dari hasil analisis jumlah responden yang memiliki niat untuk berhenti merokok lebih dari setengah jumlah sampel. Mayoritas responden berharap dapat berhenti merokok dalam satu tahun kedepan dan niat berasal dari kesiapan seseorang untuk melakukan sebuah tindakan yaitu berhenti merokok. Menurut Ajzen dalam ramdhani menjelaskan niat dapat diartikan

sebagai representatif kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan tindakan (Ramdhani, 2011).

Merokok memang merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat karena memiliki lebih banyak efek negatif namun kecanduan atas rokok membuat responden sulit untuk berhenti melakukannya meskipun dari dalam diri memiliki keinginan yang sangat besar untuk berhenti yang dapat dilihat dari jawaban responden yang sangat setuju untuk berhenti merokok

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui kuisioner yang disebar kepada 100 responden mengenai sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa maka didapatkan hasil atau simpulan mengenai sikap terhadap perilaku merokok mahasiswa adalah:

1. Sikap terhadap perilaku menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan pada responden untuk menerima atau menolak perilaku merokok.
2. Norma subjektif menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan pada responden untuk menerima atau menolak harapan dari orang-orang yang berpengaruh atau dekat dalam hidupnya.
3. Persepsi terhadap pengendalian perilaku menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan pada responden untuk mempertimbangkan atau tidak mempertimbangkan aktivitas lain yang lebih bermanfaat dari merokok.
4. Niat untuk berhenti merokok adalah adanya kecenderungan untuk berhenti merokok.

5.2 Saran

1. Berdasarkan evaluasi atas hasil penelitian ini, beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya yakni peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan jumlah responden.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengaktifkan kembali peraturan untuk tidak merokok dilingkungan kampus.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Labdata.litbang.depkes.go.id di akses pada 11 Januari 2019 pukul 15.00 WIB
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Peter,J.P dan Olson,J.C. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat
- Ramdhani Neila. 2011. *Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behaviour*. Jogjakarta : Universitas Gadjah Mada (UGM). Volume 19, No. 2, 2011 : 55-69
- Renatalido Arios. 2011. Sumber: Tulisan ini adalah sebagian dari tesis Program Studi Magister Manajemen dan Bisnis Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor yang ditulis oleh Renatalido Arios. 2011. Analisis Sikap dan Perilaku Merokok Terhadap Remaja serta Implikasinya pada Strategi Pengendalian Perilaku Merokok Di bawah bimbingan Ujang Sumarwan dan Kirbrandoko.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Prentice Hall : Jakarta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-perilaku-terencana-atau-theory-of-planned-behavior/4897> diakses pada 30 Januari 2019 pukul 21.00 WIB
- <https://marketeers.com/pola-marketing-perusahaan-rokok-merendah-untuk-mendapatkan-hasil-maksimal/> diakses pada 11 Januari 2019 pukul 15.00 WIB

<https://m.detik.com/finance/industri/d-4163889/kondisi-industri-rokok-dihantam-banyak-regulasi> diakses pada 24 Januari 2019 pukul 20.00 WIB

Lampiran 1

KUESIONER

Kata Pengantar

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang sedang saya lakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya, maka saya melakukan penelitian dengan judul: “ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU MEROKOK MAHASISWA” Studi pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini sebagai data yang akan digunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Peneliti,

Yoga Arnando
1512110215

A. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan berikut menggunakan skala rating dengan 7 variasi jawaban. Jawablah dengan melingkari (O) nomor yang menggambarkan pendapat anda.

Keterangan:

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju | 5 = Agak Setuju |
| 2 = Tidak Setuju | 6 = Setuju |
| 3 = Kurang Setuju | 7 = Sangat Setuju |
| 4 = Biasa Saja | |

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Mahasiswa :

Usia :

Lama Merokok : 1-5 Tahun 5-10 Tahun > 10 Tahun

Jumlah Konsumsi : < 1 Bungkus 1 Bungkus > 1 Bungkus
Rokok Perhari

Keyakinan Perilaku

- 1 Saya akan memiliki banyak manfaat dan keuntungan jika tidak merokok
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju
- 2 Saya akan terbebas dari sifat ketagihan apabila berhenti merokok
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju
- 3 Saya akan terhindar dari mengkonsumsi bahan-bahan kimia berbahaya jika berhenti merokok
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju
- 4 Saya akan terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit jika berhenti merokok
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju

Evaluasi Konsekuensi

- 5 Saya ingin memperoleh manfaat dan keuntungan seperti mereka yang tidak merokok
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju
- 6 Saya ingin terbebas dari sifat ketagihan terhadap suatu zat tertentu
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju
- 7 Saya ingin menghindari mengkonsumsi bahan-bahan kimia berbahaya
Sangat tidak setuju : 1 : 2 : 3 : 4 : 5 : 6 : 7 : Sangat setuju

- 8 Saya ingin terbebas dari gangguan kesehatan dan penyakit yang disebabkan karena merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Keyakinan Normatif

- 9 Kebanyakan orang menginginkan saya berhenti merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 10 Orang tua saya menghendaki agar saya berhenti merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 11 Teman saya menganjurkan saya agar tidak lagi merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 12 Dokter kesehatan mengatakan bahwa merokok tidak baik, sehingga menganjurkan berhenti merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Motivasi Mematuhi

- 13 Saya ingin melakukan apa yang dikatakan kebanyakan orang agar saya tidak merokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 14 Saya ingin melakukan apa yang orang tua saya kehendaki tentang rokok
- Sangat tidak Sangat
- setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

15 Saya ingin mengikuti anjuran teman saya untuk tidak merokok lagi

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

16 Saya ingin mengikuti anjuran dokter kesehatan agar berhenti merokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Keyakinan Kontrol

17 Saya yakin bahwa masih banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

18 Saya yakin bahwa padatnya aktivitas akan cenderung memudahkan saya untuk tidak merokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

19 Saya akan mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

20 Saya tidak merokok jika beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Kekuatan Faktor Kontrol

21 Saya memiliki banyak aktivitas yang lebih menguntungkan daripada merokok

Sangat tidak Sangat

setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

- 22 Saya memiliki aktivitas yang cukup padat dalam satu tahun ini
Sangat tidak Sangat
setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 23 Saya sering mengalami permasalahan keuangan karena digunakan untuk merokok
Sangat tidak Sangat
setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju
- 24 Saya sering kali beraktivitas bersama teman-teman yang bukan perokok dalam satu tahun ini
Sangat tidak Sangat
setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Niat Untuk Berhenti Merokok

- 25 Saya berharap dapat berhenti merokok dalam satu tahun kedepan
Sangat tidak Sangat
setuju : _1_:_2_:_3_:_4_:_5_:_6_:_7_: setuju

Lampiran 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics

		Usia	Lama_Merokok	Jumlah_Konsumsi
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	10	10.0	10.0	10.0
	19	6	6.0	6.0	16.0
	20	14	14.0	14.0	30.0
	21	18	18.0	18.0	48.0
	22	27	27.0	27.0	75.0
	23	17	17.0	17.0	92.0
	24	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama_Merokok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 tahun	63	63.0	63.0	63.0
	6-10 tahun	28	28.0	28.0	91.0
	> 10 tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah_Konsumsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	<1 bungkus	50	50.0	50.0	50.0
	1 bungkus	38	38.0	38.0	88.0
	> 1 bungkus	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3

FREKWENSI TABEL

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	11	11.0	11.0	17.0
4	21	21.0	21.0	38.0
5	14	14.0	14.0	52.0
6	13	13.0	13.0	65.0
7	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	2	2.0	2.0	5.0
3	12	12.0	12.0	17.0
4	14	14.0	14.0	31.0
5	23	23.0	23.0	54.0
6	25	25.0	25.0	79.0
7	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	10	10.0	10.0	16.0
4	18	18.0	18.0	34.0
5	15	15.0	15.0	49.0
6	24	24.0	24.0	73.0
7	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	5	5.0	5.0	7.0
3	10	10.0	10.0	17.0
4	12	12.0	12.0	29.0
5	17	17.0	17.0	46.0
6	23	23.0	23.0	69.0
7	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	3	3.0	3.0	4.0
3	11	11.0	11.0	15.0

	4	16	16.0	16.0	31.0
	5	11	11.0	11.0	42.0
	6	27	27.0	27.0	69.0
	7	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

p6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
Valid 2	4	4.0	4.0	6.0
Valid 3	11	11.0	11.0	17.0
Valid 4	4	4.0	4.0	21.0
Valid 5	16	16.0	16.0	37.0
Valid 6	34	34.0	34.0	71.0
Valid 7	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
Valid 2	2	2.0	2.0	4.0
Valid 3	4	4.0	4.0	8.0
Valid 4	8	8.0	8.0	16.0
Valid 5	25	25.0	25.0	41.0
Valid 6	29	29.0	29.0	70.0
Valid 7	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	1	1.0	1.0	3.0
	3	4	4.0	4.0	7.0
Valid	4	7	7.0	7.0	14.0
	5	18	18.0	18.0	32.0
	6	29	29.0	29.0	61.0
	7	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

p9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4.0	4.0	4.0
2	3	3.0	3.0	7.0
3	5	5.0	5.0	12.0
Valid	4	17	17.0	29.0
	5	15	15.0	44.0
	6	26	26.0	70.0
	7	30	30.0	100.0
	Total	100	100.0	

p10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	7	7.0	7.0	7.0
2	1	1.0	1.0	8.0
3	4	4.0	4.0	12.0
Valid	4	22	22.0	34.0
	5	14	14.0	48.0
	6	20	20.0	68.0
	7	32	32.0	100.0
	Total	100	100.0	

p11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	7	7.0	7.0	7.0
2	6	6.0	6.0	13.0
3	7	7.0	7.0	20.0
4	22	22.0	22.0	42.0
5	21	21.0	21.0	63.0
6	23	23.0	23.0	86.0
7	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
3	7	7.0	7.0	10.0
4	9	9.0	9.0	19.0
5	25	25.0	25.0	44.0
6	18	18.0	18.0	62.0
7	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	5.0	5.0	5.0
2	5	5.0	5.0	10.0
3	11	11.0	11.0	21.0
4	15	15.0	15.0	36.0
5	25	25.0	25.0	61.0
6	22	22.0	22.0	83.0
7	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.0	4.0	4.0
2	3	3.0	3.0	7.0
3	3	3.0	3.0	10.0
4	15	15.0	15.0	25.0
5	19	19.0	19.0	44.0
6	35	35.0	35.0	79.0
7	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.0	8.0	8.0
2	2	2.0	2.0	10.0
3	9	9.0	9.0	19.0
4	28	28.0	28.0	47.0
5	19	19.0	19.0	66.0
6	17	17.0	17.0	83.0
7	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	4	4.0	4.0	7.0
3	5	5.0	5.0	12.0
4	20	20.0	20.0	32.0

	5	24	24.0	24.0	56.0
	6	30	30.0	30.0	86.0
	7	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

p17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1	1.0	1.0
	2	1	1.0	2.0
	3	4	4.0	6.0
Valid	4	16	16.0	22.0
	5	17	17.0	39.0
	6	28	28.0	67.0
	7	33	33.0	100.0
	Total	100	100.0	

p18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	2	2.0	2.0
	2	9	9.0	11.0
	3	9	9.0	20.0
Valid	4	18	18.0	38.0
	5	15	15.0	53.0
	6	26	26.0	79.0
	7	21	21.0	100.0
	Total	100	100.0	

p19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0

2	3	3.0	3.0	5.0
3	6	6.0	6.0	11.0
4	17	17.0	17.0	28.0
5	15	15.0	15.0	43.0
6	26	26.0	26.0	69.0
7	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4.0	4.0	4.0
2	6	6.0	6.0	10.0
3	11	11.0	11.0	21.0
4	21	21.0	21.0	42.0
5	17	17.0	17.0	59.0
6	22	22.0	22.0	81.0
7	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	6	6.0	6.0	12.0
4	21	21.0	21.0	33.0
5	15	15.0	15.0	48.0
6	30	30.0	30.0	78.0
7	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	4	4.0	4.0	6.0
3	8	8.0	8.0	14.0
4	27	27.0	27.0	41.0
Valid 5	23	23.0	23.0	64.0
6	23	23.0	23.0	87.0
7	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4.0	4.0	4.0
2	4	4.0	4.0	8.0
3	9	9.0	9.0	17.0
4	22	22.0	22.0	39.0
Valid 5	21	21.0	21.0	60.0
6	24	24.0	24.0	84.0
7	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	5	5.0	5.0	8.0
3	10	10.0	10.0	18.0
4	18	18.0	18.0	36.0
Valid 5	30	30.0	30.0	66.0
6	24	24.0	24.0	90.0
7	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	5.0	5.0	5.0
2	5	5.0	5.0	10.0
3	3	3.0	3.0	13.0
4	11	11.0	11.0	24.0
Valid 5	20	20.0	20.0	44.0
6	25	25.0	25.0	69.0
7	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

No	Sikap terhadap perilaku												
	p1	p2	p3	p4	bi	p5	p6	p7	p8	ei	bi.ei	bi.ei rata	
1	7	6	6	7	26	7	7	6	6	26	676	169	
2	7	7	7	6	27	6	7	5	7	25	675	168.75	
3	3	4	5	3	15	3	6	6	3	18	270	67.5	
4	7	4	6	5	22	3	4	6	5	18	396	99	
5	4	4	7	7	22	4	7	7	7	25	550	137.5	
6	7	7	5	7	26	7	7	7	7	28	728	182	
7	7	6	6	6	25	4	5	4	4	17	425	106.25	
8	6	7	7	6	26	7	6	7	7	27	702	175.5	
9	7	7	6	7	27	6	7	5	7	25	675	168.75	
10	6	7	5	3	21	4	1	4	1	10	210	52.5	
11	1	1	2	3	7	7	6	7	7	27	189	47.25	
12	2	4	6	2	14	2	6	5	6	19	266	66.5	
13	5	4	3	3	15	3	5	7	7	22	330	82.5	
14	4	6	4	3	17	6	5	4	4	19	323	80.75	
15	4	5	3	6	18	3	2	5	7	17	306	76.5	
16	4	1	6	6	17	7	7	6	6	26	442	110.5	
17	6	2	2	2	12	4	6	2	1	13	156	39	
18	4	6	5	3	18	3	6	5	4	18	324	81	
19	3	3	4	4	14	4	5	7	7	23	322	80.5	
20	4	3	1	2	10	7	1	1	3	12	120	30	
21	4	5	2	1	12	6	6	6	6	24	288	72	
22	6	6	2	2	16	2	2	6	7	17	272	68	
23	4	6	4	5	19	7	7	7	7	28	532	133	
24	5	5	6	4	20	5	5	4	5	19	380	95	
25	6	6	6	4	22	6	6	4	6	22	484	121	
26	5	5	6	7	23	7	7	7	7	28	644	161	
27	5	3	4	5	17	6	3	3	6	18	306	76.5	
28	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	304	76	
29	1	6	7	7	21	3	6	7	6	22	462	115.5	
30	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196	
31	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196	
32	7	7	7	7	28	6	7	6	7	26	728	182	

33	7	5	6	4	22	6	7	6	6	25	550	137.5
34	5	4	4	6	19	5	5	5	6	21	399	99.75
35	7	5	7	7	26	6	7	5	7	25	650	162.5
36	4	6	5	7	22	7	7	5	7	26	572	143
37	4	4	6	6	20	7	6	6	6	25	500	125
38	7	7	7	6	27	7	7	7	7	28	756	189
39	7	6	7	6	26	6	6	6	6	24	624	156
40	6	6	4	6	22	4	3	6	5	18	396	99
41	7	4	7	7	25	7	6	7	7	27	675	168.75
42	4	6	5	7	22	7	7	5	7	26	572	143
43	4	6	3	4	17	3	3	1	2	9	153	38.25
44	5	6	5	7	23	6	5	7	6	24	552	138
45	7	5	7	7	26	7	7	7	7	28	728	182
46	7	7	7	6	27	6	7	7	6	26	702	175.5
47	7	6	7	7	27	7	7	7	7	28	756	189
48	7	7	7	7	28	6	7	6	6	25	700	175
49	7	6	7	7	27	6	6	6	6	24	648	162
50	7	5	6	4	22	6	3	5	6	20	440	110
51	7	7	6	7	27	7	6	7	7	27	729	182.25
52	5	5	4	6	20	5	6	3	5	19	380	95
53	7	7	5	7	26	6	6	7	7	26	676	169
54	4	3	5	5	17	6	6	6	5	23	391	97.75
55	7	6	7	7	27	7	7	7	7	28	756	189
56	5	3	4	5	17	4	6	5	5	20	340	85
57	3	3	3	3	12	6	7	7	6	26	312	78
58	6	5	6	5	22	5	6	6	6	23	506	126.5
59	6	5	5	6	22	6	6	5	6	23	506	126.5
60	3	5	6	5	19	3	3	6	6	18	342	85.5
61	7	6	6	5	24	5	5	6	6	22	528	132
62	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
63	6	5	6	7	24	6	5	6	6	23	552	138
64	2	1	3	5	11	1	3	5	5	14	154	38.5
65	5	5	6	7	23	6	5	7	7	25	575	143.75
66	5	3	4	2	14	4	4	4	7	19	266	66.5
67	4	5	6	4	19	6	7	7	5	25	475	118.75
68	2	3	4	3	12	7	6	6	7	26	312	78
69	4	3	4	5	16	4	5	5	5	19	304	76
70	7	4	7	7	25	7	6	7	7	27	675	168.75

71	5	6	7	7	25	6	6	6	6	24	600	150
72	3	3	4	4	14	5	5	5	3	18	252	63
73	3	6	4	3	16	4	5	3	5	17	272	68
74	3	4	3	4	14	4	3	5	3	15	210	52.5
75	7	7	5	3	22	4	2	6	5	17	374	93.5
76	4	6	4	1	15	7	6	5	5	23	345	86.25
77	3	5	3	6	17	5	6	5	6	22	374	93.5
78	5	4	6	6	21	5	6	6	6	23	483	120.75
79	3	2	4	6	15	4	3	6	5	18	270	67.5
80	6	6	7	5	24	5	7	7	7	26	624	156
81	6	5	6	5	22	7	6	6	6	25	550	137.5
82	7	7	7	5	26	6	5	5	4	20	520	130
83	4	3	4	4	15	3	3	3	5	14	210	52.5
84	7	5	6	4	22	3	6	5	7	21	462	115.5
85	7	7	7	5	26	7	6	5	5	23	598	149.5
86	5	6	3	5	19	4	6	4	7	21	399	99.75
87	7	7	6	6	26	7	7	7	7	28	728	182
88	5	5	5	6	21	5	6	5	5	21	441	110.25
89	4	6	6	5	21	6	4	5	5	20	420	105
90	6	6	5	6	23	4	7	7	7	25	575	143.75
91	3	4	3	6	16	2	2	2	4	10	160	40
92	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
93	7	5	3	6	21	7	5	6	7	25	525	131.25
94	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	323	80.75
95	1	5	5	6	17	7	3	4	5	19	323	80.75
96	4	7	7	7	25	3	6	6	6	21	525	131.25
97	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
98	7	3	4	6	20	6	6	6	7	25	500	125
99	6	4	2	7	19	7	6	6	6	25	475	118.75
100	3	5	7	7	22	6	3	6	6	21	462	115.5
Total												11889.25
Norma subjektif												
	p9	p10	p11	p12	ri	p13	p14	p15	p16	mi	ri.mi	ri.mi rata
1	4	5	5	6	20	6	6	6	7	25	500	125
2	7	7	6	7	27	7	6	7	7	27	729	182.25
3	3	6	6	5	20	7	1	7	7	22	440	110
4	6	4	7	6	23	6	6	4	6	22	506	126.5

5	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
6	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
7	5	5	5	6	21	5	5	7	6	23	483	120.75
8	7	7	6	7	27	6	7	7	6	26	702	175.5
9	7	6	7	6	26	7	7	7	7	28	728	182
10	4	4	6	7	21	3	2	3	4	12	252	63
11	7	7	6	7	27	5	4	4	3	16	432	108
12	6	1	2	6	15	2	6	3	2	13	195	48.75
13	7	7	7	7	28	7	7	1	2	17	476	119
14	4	4	5	3	16	3	1	4	5	13	208	52
15	2	1	4	5	12	2	5	4	3	14	168	42
16	7	7	6	7	27	5	7	7	6	25	675	168.75
17	3	4	4	1	12	1	6	2	6	15	180	45
18	4	1	1	4	10	4	7	1	1	13	130	32.5
19	7	6	1	4	18	4	5	5	5	19	342	85.5
20	1	4	4	1	10	4	4	1	4	13	130	32.5
21	4	6	1	6	17	4	6	1	4	15	255	63.75
22	6	7	5	3	21	4	6	4	4	18	378	94.5
23	6	7	2	7	22	6	6	5	6	23	506	126.5
24	5	4	5	5	19	5	6	5	6	22	418	104.5
25	4	4	3	3	14	7	4	4	4	19	266	66.5
26	7	7	4	7	25	5	6	6	6	23	575	143.75
27	6	3	4	3	16	2	1	7	5	15	240	60
28	6	5	5	5	21	5	5	4	4	18	378	94.5
29	6	3	4	1	14	7	4	1	7	19	266	66.5
30	6	7	5	7	25	2	6	1	7	16	400	100
31	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196
32	6	7	7	7	27	6	7	7	6	26	702	175.5
33	7	5	4	5	21	5	7	5	6	23	483	120.75
34	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	361	90.25
35	5	7	5	7	24	5	5	5	5	20	480	120
36	7	7	4	5	23	6	6	4	4	20	460	115
37	6	4	6	6	22	6	7	6	6	25	550	137.5
38	7	6	6	7	26	6	6	6	6	24	624	156
39	6	7	6	7	26	6	6	6	6	24	624	156
40	6	5	5	5	21	5	4	4	4	17	357	89.25
41	6	7	4	7	24	4	7	4	4	19	456	114
42	7	7	4	5	23	6	6	4	4	20	460	115

43	7	6	3	3	19	6	6	6	6	24	456	114
44	7	7	6	7	27	6	7	6	7	26	702	175.5
45	6	6	2	5	19	2	3	3	3	11	209	52.25
46	7	7	7	7	28	6	6	7	7	26	728	182
47	7	6	6	7	26	7	7	6	7	27	702	175.5
48	7	7	6	7	27	6	6	6	6	24	648	162
49	6	6	6	6	24	7	7	6	6	26	624	156
50	5	6	5	7	23	7	6	6	5	24	552	138
51	7	6	6	7	26	5	7	6	6	24	624	156
52	6	2	2	7	17	5	6	5	6	22	374	93.5
53	7	1	4	6	18	6	6	6	6	24	432	108
54	7	7	5	5	24	4	5	5	5	19	456	114
55	7	7	4	7	25	7	6	7	7	27	675	168.75
56	3	4	1	4	12	5	4	4	3	16	192	48
57	2	1	3	7	13	3	4	5	4	16	208	52
58	5	6	6	5	22	6	5	4	5	20	440	110
59	5	6	5	5	21	6	6	4	5	21	441	110.25
60	2	4	4	6	16	5	5	4	3	17	272	68
61	6	5	6	7	24	5	6	7	5	23	552	138
62	6	6	6	7	25	7	7	6	6	26	650	162.5
63	6	5	5	6	22	6	5	5	6	22	484	121
64	6	5	5	5	21	7	7	7	6	27	567	141.75
65	6	6	3	5	20	5	7	5	6	23	460	115
66	4	4	4	5	17	1	5	2	2	10	170	42.5
67	1	4	1	7	13	3	4	4	6	17	221	55.25
68	1	1	1	7	10	3	2	3	5	13	130	32.5
69	5	4	5	6	20	6	5	6	6	23	460	115
70	5	5	5	7	22	5	6	5	5	21	462	115.5
71	6	6	6	6	24	5	7	6	6	24	576	144
72	3	4	3	5	15	5	5	4	4	18	270	67.5
73	4	4	3	5	16	4	4	4	4	16	256	64
74	4	3	4	5	16	3	4	5	5	17	272	68
75	7	7	7	7	28	1	6	1	1	9	252	63
76	6	4	4	3	17	3	4	4	5	16	272	68
77	5	6	6	6	23	5	5	3	4	17	391	97.75
78	5	6	4	4	19	4	5	4	4	17	323	80.75
79	5	4	5	6	20	3	5	3	5	16	320	80
80	7	7	7	6	27	4	6	4	5	19	513	128.25

81	5	7	6	6	24	5	5	5	6	21	504	126	
82	7	7	4	5	23	6	5	6	6	23	529	132.25	
83	4	4	4	5	17	4	3	5	4	16	272	68	
84	4	6	3	7	20	7	6	3	5	21	420	105	
85	4	6	7	5	22	7	6	4	5	22	484	121	
86	7	7	7	7	28	5	6	3	5	19	532	133	
87	7	7	7	7	28	1	1	1	1	4	112	28	
88	6	5	6	4	21	5	6	5	5	21	441	110.25	
89	4	5	6	4	19	4	5	5	5	19	361	90.25	
90	4	3	5	4	16	5	6	7	4	22	352	88	
91	4	5	4	5	18	3	5	4	5	17	306	76.5	
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	256	64	
93	3	5	6	6	20	1	2	3	2	8	160	40	
94	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	304	76	
95	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	342	85.5	
96	1	1	1	3	6	3	3	4	4	14	84	21	
97	7	7	7	5	26	6	6	7	7	26	676	169	
98	6	7	2	7	22	3	6	4	6	19	418	104.5	
99	6	7	5	7	25	4	7	4	6	21	525	131.25	
100	4	4	2	7	17	6	6	5	5	22	374	93.5	
	Total											10663.75	
	Persepsi terhadap pengendalian perilaku												Niat
	p17	p18	p19	p20	Pi	p21	p22	p23	p24	ci	Pi.ci	pi.ci rata	p25
1	7	4	5	5	21	5	5	5	5	20	420	105	7
2	7	7	6	6	26	7	6	7	7	27	702	175.5	7
3	7	2	7	6	22	3	3	6	4	16	352	88	7
4	6	5	7	7	25	7	4	4	6	21	525	131.25	4
5	7	4	4	1	16	7	5	4	5	21	336	84	7
6	7	7	7	7	28	7	6	7	4	24	672	168	7
7	5	6	7	6	24	7	6	6	5	24	576	144	6
8	7	7	7	6	27	7	7	7	7	28	756	189	7
9	7	7	6	7	27	6	6	6	6	24	648	162	7
10	7	4	6	4	21	3	5	4	3	15	315	78.75	3
11	7	4	4	4	19	4	3	4	4	15	285	71.25	7
12	6	2	2	6	16	6	4	3	5	18	288	72	2
13	3	4	5	6	18	7	5	5	7	24	432	108	7
14	3	1	1	3	8	4	2	6	6	18	144	36	1

15	6	2	7	4	19	2	3	4	2	11	209	52.25	2
16	5	6	6	6	23	7	5	5	4	21	483	120.75	6
17	7	2	6	2	17	2	4	2	4	12	204	51	5
18	1	1	1	1	4	1	3	1	3	8	32	8	1
19	6	4	4	4	18	6	2	2	5	15	270	67.5	2
20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	240	60	1
21	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	225	56.25	6
22	3	4	4	4	15	4	5	3	4	16	240	60	4
23	5	5	5	6	21	4	4	5	6	19	399	99.75	7
24	7	7	4	6	24	6	6	4	5	21	504	126	6
25	6	3	6	3	18	6	4	4	6	20	360	90	6
26	6	6	7	7	26	4	5	4	4	17	442	110.5	5
27	5	3	4	4	16	3	4	5	4	16	256	64	2
28	4	4	5	5	18	6	6	6	5	23	414	103.5	6
29	6	7	7	4	24	5	5	6	6	22	528	132	6
30	6	6	7	3	22	7	6	5	6	24	528	132	4
31	7	5	6	5	23	6	7	7	7	27	621	155.25	7
32	7	6	7	7	27	6	6	7	6	25	675	168.75	7
33	4	6	4	6	20	4	6	5	7	22	440	110	5
34	5	6	5	6	22	6	4	5	6	21	462	115.5	6
35	7	5	4	1	17	5	5	4	5	19	323	80.75	7
36	5	2	7	2	16	4	6	7	4	21	336	84	6
37	7	7	6	7	27	4	4	6	6	20	540	135	7
38	7	6	7	5	25	7	4	6	5	22	550	137.5	5
39	7	6	6	7	26	6	6	6	6	24	624	156	6
40	5	4	4	3	16	5	4	2	5	16	256	64	6
41	7	6	7	4	24	4	7	7	6	24	576	144	7
42	5	2	7	2	16	4	6	7	4	21	336	84	6
43	4	4	5	2	15	2	6	3	6	17	255	63.75	7
44	5	5	7	7	24	6	5	7	4	22	528	132	6
45	7	7	3	2	19	3	4	3	3	13	247	61.75	6
46	7	7	6	7	27	7	6	6	7	26	702	175.5	7
47	7	7	7	6	27	7	6	7	6	26	702	175.5	7
48	7	7	6	6	26	6	6	6	7	25	650	162.5	7
49	7	6	6	6	25	6	5	6	6	23	575	143.75	6
50	6	6	6	6	24	6	7	6	6	25	600	150	7
51	7	7	6	7	27	7	6	6	6	25	675	168.75	7
52	5	5	4	5	19	6	7	5	5	23	437	109.25	4

53	7	7	7	3	24	7	6	1	1	15	360	90	6
54	6	4	6	3	19	5	5	5	3	18	342	85.5	6
55	7	7	7	7	28	7	4	4	4	19	532	133	7
56	5	3	5	4	17	3	5	5	3	16	272	68	5
57	7	5	2	5	19	5	5	3	5	18	342	85.5	7
58	5	6	6	5	22	6	6	7	4	23	506	126.5	5
59	4	5	6	4	19	5	5	6	5	21	399	99.75	5
60	6	6	3	5	20	4	4	5	5	18	360	90	6
61	6	5	6	5	22	6	6	6	6	24	528	132	5
62	7	7	6	7	27	6	6	6	6	24	648	162	7
63	6	5	6	5	22	4	4	5	5	18	396	99	5
64	5	4	6	4	19	7	5	6	5	23	437	109.25	7
65	4	2	7	7	20	6	7	7	5	25	500	125	7
66	2	2	2	1	7	2	4	1	4	11	77	19.25	4
67	6	4	3	5	18	7	3	5	1	16	288	72	5
68	4	7	5	3	19	7	4	2	1	14	266	66.5	4
69	5	6	6	5	22	5	4	7	5	21	462	115.5	5
70	6	4	6	3	19	5	7	5	6	23	437	109.25	7
71	6	5	6	6	23	6	6	5	5	22	506	126.5	5
72	4	3	5	5	17	5	4	3	5	17	289	72.25	4
73	4	5	3	3	15	4	3	4	3	14	210	52.5	5
74	4	3	5	4	16	3	3	4	5	15	240	60	3
75	4	3	6	7	20	2	7	5	2	16	320	80	6
76	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	289	72.25	4
77	6	7	7	7	27	7	4	4	3	18	486	121.5	2
78	5	3	4	4	16	6	5	4	5	20	320	80	4
79	5	3	6	3	17	4	5	6	3	18	306	76.5	4
80	6	6	7	6	25	7	5	5	4	21	525	131.25	7
81	6	6	5	6	23	6	5	6	5	22	506	126.5	5
82	6	5	7	7	25	6	5	6	6	23	575	143.75	7
83	4	4	3	5	16	4	4	4	5	17	272	68	3
84	4	6	3	4	17	4	7	6	6	23	391	97.75	5
85	7	6	7	4	24	6	7	6	7	26	624	156	5
86	3	2	7	4	16	6	1	6	4	17	272	68	5
87	7	7	7	7	28	6	1	1	7	15	420	105	1
88	6	6	5	4	21	6	5	4	6	21	441	110.25	6
89	6	6	4	4	20	5	4	5	5	19	380	95	5
90	6	4	4	6	20	4	4	3	3	14	280	70	6

91	4	5	5	5	19	5	4	3	5	17	323	80.75	6
92	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	784	196	4
93	6	7	7	2	22	4	6	4	5	19	418	104.5	1
94	5	5	5	4	19	5	5	4	6	20	380	95	6
95	6	6	5	5	22	5	4	5	5	19	418	104.5	5
96	6	6	4	6	22	6	4	4	4	18	396	99	6
97	6	6	7	6	25	7	7	7	5	26	650	162.5	7
98	7	6	7	3	23	6	2	3	2	13	299	74.75	7
99	7	6	7	6	26	5	2	7	2	16	416	104	5
100	6	7	7	7	27	6	7	5	2	20	540	135	6
	Total										42323	10580.75	535

Lampiran 5

VALIDITAS

Korelasi

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	jumlah			
p1	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	1	.514*	.262	.334*	.225	.018	-.158	-.004	.245	.385*	.236	.096	.286	.286	.379*	.158	.348*	.397*	.235	.304	.549*	.248	.243	.280	.185	.440*			
		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	
		.514*	.4551*	.3355*	.2096	.0166	-.1199	-.0446	.2333	.3663	.2293	.0963	.2755	.2277	.3178	.3178	.4162	.1503	.3443	.3973	.2322	.3048	.549*	.2486	.2437	.2803	.1854	.440*		
p2	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	1	.514*	.4551*	.3355*	.2096	.0166	-.1199	-.0446	.2333	.3663	.2293	.0963	.2755	.2277	.3178	.3178	.4162	.1503	.3443	.3973	.2322	.3048	.549*	.2486	.2437	.2803	.1854		
		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
		.514*	.4551*	.3355*	.2096	.0166	-.1199	-.0446	.2333	.3663	.2293	.0963	.2755	.2277	.3178	.3178	.4162	.1503	.3443	.3973	.2322	.3048	.549*	.2486	.2437	.2803	.1854	.440*		
p3	Pearson Correlation	1	.2651*	.075*	.708	.017*	.534*	.240*	.445*	.035*	.661*	.289*	.405*	.211*	.421*	.539*	.197*	.417*	.559*	.328*	.240*	.545*	.344*	.538*	.479*	.381*	.650*			
		262	451*	705*	068	175*	340*	445*	035*	661*	289*	405*	211*	421*	539*	197*	417*	559*	328*	240*	545*	344*	538*	479*	381*	650*				
		.2651*	.075*	.708	.017*	.534*	.240*	.445*	.035*	.661*	.289*	.405*	.211*	.421*	.539*	.197*	.417*	.559*	.328*	.240*	.545*	.344*	.538*	.479*	.381*	.650*				

p 1 0	Pe ar so n C o r e l a t i o n S i g. (1 - t a i l e d) N	. 2 4 5	. 0 3 3	. 0 6 5	. 2 6 0	. 4 7 3	. 4 0 6	. 5 3 5	. 4 0 6	. 5 6 2	1	. 4 3 1	. 5 0 9	. 4 8 0	. 2 9 1	. 3 7 4	. 4 7 4	. 2 1 4	. 5 2 8	. 3 3 5	. 3 1 0	. 4 8 7	. 3 9 7	. 4 0 3	. 3 4 9	. 6 5 7	. 6 7 5	
p 1 1	Pe ar so n C o r e l a t i o n S i g. (1 - t a i l e d) N	. 0 9 6	. 4 3 1	. 3 6 6	. 0 8 3	. 0 0 4	. 0 1 3	. 0 0 1	. 0 1 3	. 0 0 1	. 0 0 9	. 0 0 2	. 0 0 4	. 0 6 0	. 0 2 1	. 0 0 4	. 0 0 8	. 1 2 8	. 0 0 1	. 0 3 5	. 0 4 8	. 0 0 3	. 0 1 5	. 0 2 4	. 0 2 9	. 0 0 5	. 0 0 6	
p 1 2	Pe ar so n C o r e l a t i o n S i g. (1 - t a i l e d) N	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 1	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
p 1 3	Pe ar so n C o r e	. 0 9 6	. 2 4 7	. 4 0 5	. 4 0 3	. 1 3 9	. 4 3 4	. 4 6 1	. 3 5 0	. 3 9 3	. 4 8 0	. 4 2 6	. 3 0 8	. 2 5 1	. 3 8 7	. 3 8 1	. 2 0 8	. 5 0 6	. 3 2 4	. 3 0 8	. 4 0 4	. 5 0 0	. 3 5 0	. 4 5 7	. 0 9 2	. 4 9 9	. 7 2 0	. 6 7 0

p 2 0	Pe ar so n C or re lat io n Si g. (1 - tai le d) N	. 2 3 5	. 1 2 7	. 2 4 0	. 2 8 5	. 1 7 7	. 1 5 5	. 2 4 6	. 2 6 0	. 3 7 4	. 3 1 0	. 3 5 1	. 4 6 6	. 4 0 8	. 1 8 4	. 4 5 4	. 2 9 3	. 2 9 4	. 5 7 7	. 4 5 3	1	. 4 5 0	. 4 1 5	. 5 3 1	. 2 9 0	. 4 0 3	. 5 8 6
p 2 1	Pe ar so n C or re lat io n Si g. (1 - tai le d) N	. 3 0 4	. 3 4 1	. 3 5 5	. 3 4 0	. 3 1 5	. 3 8 3	. 3 7 4	. 4 1 1	. 6 2 7	. 4 5 8	. 4 4 8	. 4 5 8	. 5 0 4	. 4 3 2	. 3 9 6	. 2 8 4	. 2 8 1	. 6 5 7	. 3 0 0	. 4 5 1	. 5 9 0	. 4 8 8	. 6 8 3	. 4 7 3	. 7 4 3	. 7 4 0
p 2 2	Pe ar so n C or re lat io n Si g. (1 - tai le d) N	. 5 4 9	. 4 5 7	. 5 3 4	. 5 2 1	. 2 1 8	. 2 2 4	. 2 0 7	. 2 2 0	. 4 7 0	. 3 9 7	. 4 4 1	. 4 3 5	. 3 5 0	. 4 3 8	. 3 1 2	. 3 1 9	. 3 1 4	. 7 6 5	. 4 9 5	. 5 9 5	. 5 9 0	. 3 5 5	. 3 8 2	. 5 9 4	. 7 4 1	. 7 4 1
p 2 3	Pe ar so n C or re	. 2 4 8	. 3 8 8	. 3 8 1	. 5 1 2	. 4 1 2	. 2 5 2	. 1 9 7	. 2 1 5	. 2 7 7	. 4 0 3	. 5 7 4	. 3 1 7	. 5 0 7	. 1 1 2	. 4 7 8	. 5 5 6	. 2 8 6	. 5 4 9	. 4 7 0	. 5 3 1	. 4 8 8	. 5 3 5	. 4 8 2	. 5 2 2	. 6 7 7	. 6 7 7

- tai le d)	7	2	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	7	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
N	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 6

RELIABILITAS

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	25