

# **ANALISIS ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI ROKOK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA KAMPUS E, KELAPA DUA**

**MUHAMAD HANAFAI, PRIHANTORO, SE., MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran-customer

Abstraksi :

Pola Konsumsi Rokok pada masyarakat di Indonesia sangatlah tinggi. Hampir disetiap sudut jalan selalu kita temui orang yang sedang menghisap atau menikmati sebatang rokok. Tingginya pola konsumsi rokok di Indonesia dipengaruhi beberapa hal. Ada yang merokok hanya sekedar untuk gengsi saja, tetapi ada juga yang menyukai rokok karena memang bertujuan untuk menikmati rokok itu sendiri. Banyaknya Produk-Produk rokok semakin mempertinggi pola konsumsi rokok. Rokok tidak hanya digemari oleh para orang dewasa namun anak muda dalam tingkatan masih berstatus pelajar juga sudah mulai mencoba-coba. Khususnya dikalangan para Mahasiswa. Banyak sekali ditemukan disetiap sudut-sudut lingkungan kampus para mahasiswa asik menikmati rokok. Apalagi dengan banyaknya produk-produk baru membuat mahasiswa semakin ingin mencoba produk-produk baru tersebut. Produk rokok banyak sekali menawarkan merek-merek rokok dengan mempromosikannya secara mantap, namun dari sekian banyak rokok yang ada hanya ada beberapa merek rokok saja yang mampu merebut sebagian pasar. Kita sebut saja Merek-merek seperti Marlboro, Sampoerna A Mild, Dji Sam Soe, Gudang Garam Filter, dan Djarum Super, mereka-lah jagoan-jagoan yang mampu merebut sebagian pangsa pasar. Untuk membeli suatu produk rokok memang banyak para konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor (Atribut) yang melekat pada produk yang akan dibeli. Atribut-atribut itu terdiri dari Merek, Rasa, Jenis, Kemasan, dan Harganya. Berdasarkan hasil survey dengan menggunakan kuisioner dan diukur dengan menggunakan Skala Likert dan ditampilkan dalam bentuk Diagram Pie, maka dapat disimpulkan bahwa sebenarnya sebagian Mahasiswa memilih rokok dengan melihat dari faktor Rasanya. Dan produk yang paling digemari oleh para mahasiswa Universitas Gunadarma adalah produk Sampoerna A Mild. Sehingga dapat disarankan bahwa pedagang bisa menambah pendapatannya dengan menambah volume

penjualan untuk produk Mild atau dengan melihat urutan-urutan atribut berdasarkan peringkat (Rasa, Harga, Merek, Jenis, dan Kemasannya) untuk dijadikan produk unggulan yang akan dijual.