

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI PERILAKU KONSUMEN DALAM
MEMUTUSKAN MEMBELI ROKOK BERLABEL PERINGATAN BAHAYA
MEROKOK**

**(Studi Kasus pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam
Riau)**

ABSTRAK

Muhammad Norman Ibrahim

Kata kunci: Faktor – Faktor, Psikologi Perilaku Konsumen,
Rokok dan Label Peringatan Bahaya Merokok.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis Faktor – Faktor Psikologi Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Membeli Rokok Berlabel Peringatan Bahaya Merokok studi kasus pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Pekanbaru, Riau. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau merupakan fasilitas pendidikan dimana tempat mahasiswa menuntut ilmu. Indikator penilaian Faktor – Faktor Psikologi Perilaku Konsumen yang dipergunakan meliputi Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Sikap dan Keyakinan Konsumen, Daya Ingat, Pembelajaran Konsumen dan Kepribadian Konsumen. Tipe Penelitian yang berlokasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau ini adalah survey deskriptif, yaitu melakukan wawancara sebagai alat pengumpul data dan data yang terkumpul dengan hal ini kemudian dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi objektif pada lokasi yang diteliti. Terdapat satu kelompok pada penelitian ini yaitu informan yang berjumlah 5 mahasiswa. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data yang dipergunakan terdiri dari data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara serta data sekunder yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi. Berdasarkan Teknik Analisis ini peneliti menilai dan menyimpulkan bahwa Faktor – Faktor Psikologi Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Membeli Rokok Berlabel Peringatan Bahaya Merokok studi kasus pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau belum berada pada pengaruh yang signifikan dalam membantu mengurangi konsumsi rokok. Rekomendasi yang diperlukan yang perlu dipertimbangkan dan ditinjau kembali terutama berkenaan dengan hal – hal yang menjadi penyebab akan kurangnya pengaruh, dampak serta efek yang ditimbulkan dari adanya Label Peringatan Bahaya Merokok pada kemasan rokok agar bisa diwujudkan serta berhasil dalam membantu proses mengurangi konsumsi rokok para perokok.

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF CONSUMER BEHAVIOR IN DECIDING TO BUY CIGARETTES LABELED CIGARETTE SMOKING (Case Study on the Faculty of Social and Political, Islamic University of Riau)

ABSTRACT

Muhammad Norman Ibrahim

Kata kunci: Factors, Psychology of Consumer Behavior, Cigarettes and Labeled Cigarette Smoking.

This study was conducted with the aim to analyze the Psychological Factors of Consumer Behavior in Deciding to Buy Cigarettes Labeled Cigarette Smoking case study on the Faculty of Social and Political, Islamic University of Riau, Pekanbaru, Riau. Faculty of Social and Political Islamic University of Riau is an educational facility where the place students studying. Assessment indicators Psychological Factors Consumer Behavior used include Consumer Motivation, Consumer Perceptions, Attitude and Consumer Confidence, Memory, Consumer Learning and Consumer Personality. The type of research located in the Faculty of Social and Political of Islamic University of Riau is a descriptive survey, which is conducting interviews as a means of collecting data and data collected with this then used as the main raw material to analyze the objective conditions in the location under study. There is one group in this research that is informant which amount 5 student. Types and Data Collection Techniques used consisted of primary data collected by using interview techniques and secondary data collected by using observation techniques. Based on this Analysis Techniques the researchers assess and conclude that the Psychological Factors of Consumer Behavior In Deciding Buying Cigarettes Labeled Warning The Smoking Case study at the Faculty of Social and Political of the Islamic University of Riau has not been on a significant influence in helping reduce cigarette consumption. Recommendations that need to be considered and reviewed especially regarding the things that cause the lack of influence, impact and the effects of the existence of Smoking Warning Labels on cigarette packaging to be realized and successful in helping the process of reducing tobacco consumption of smokers.