

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK PADA MAHASISWI DI YOGYAKARTA Studi Kasus pada Mahasiswi di Kecamatan Depok Sleman, Yogyakarta

Citra Sari Yanuardhanie

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2007**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor *marketing mix* (produk, harga, tempat dan promosi) mana yang paling penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk rokok, dan untuk mengetahui perbedaan persepsi mahasiswi terhadap atribut-atribut marketing mix berdasarkan uang saku per bulan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi yang tinggal di daerah Kecamatan Depok Sleman, Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 orang mahasiswi yang berusia 20 sampai dengan 25 tahun. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis kai kuadrat (*chi square*).

Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor *marketing mix* (produk, harga, tempat, dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok oleh mahasiswa di Yogyakarta. Faktor produk adalah sebagai faktor terpenting yang menjadi pertimbangan mahasiswi dalam pengambilan keputusan untuk membeli rokok. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi mahasiswi terhadap atribut-atribut *marketing mix* (produk, harga, tempat, dan promosi) berdasarkan besarnya uang saku per bulan.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE CIGARETTES BUYING DECISION INFLUENCING FACTORS AMONG FEMALE STUDENTS Case Study : Female Students at Depok, Sleman, Yogyakarta

Citra Sari Yanuardhanie

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2007**

This research was aimed to find out the effect of marketing mix to the cigarettes buying decision among female students at Depok, Sleman, Yogyakarta. It also aimed to find out the perception differences of female students at Depok, Sleman, Yogyakarta to the cigarettes marketing mix, based on their monthly allowances.

The type of the research was quantitative research. The data analysis technique use were multiple regression and chi square.

The result of the research were : (1). The marketing mix significantly influence the cigarette buying decision among female students at Depok, Sleman, Yogyakarta, (2). There was no different perception of female students at Depok, Sleman, Yogyakarta to the cigarette marketing mix, based on their monthly allowances.