

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM  
DAFTAR No. : .....

**ABSTRAK**  
**SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM**

**NAMA : SAFARUDIN ADITIYA**  
**NIM : 041014136**  
**TAHUN PENYUSUNAN : 2018**

**JUDUL:**

Pengaruh Tingkat Religiusitas Diri Konsumen dan Peringatan dalam Kemasan Rokok terhadap Sikap atas Kemasan Rokok dan Niat Alumni Ekonomi Islam untuk Beli Ulang Produk Rokok.

**ISI:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas diri konsumen dan peringatan dalam kemasan rokok terhadap sikap atas kemasan dan niat alumni Ekonomi Islam Universitas Airlangga untuk beli ulang produk rokok.

Penelitian ini menggunakan *path analysis*. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah alumni Ekonomi Islam Universitas Airlangga yang sudah merokok minimal tiga *pack*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas diri konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap atas kemasan rokok, peringatan dalam kemasan rokok berpengaruh positif signifikan terhadap sikap atas kemasan rokok, sikap atas kemasan rokok berpengaruh positif signifikan terhadap niat Alumni Ekonomi Islam Universitas Airlangga untuk beli ulang produk rokok, tingkat religiusitas diri konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap niat Alumni Ekonomi Islam Universitas Airlangga untuk beli ulang produk rokok, dan peringatan dalam kemasan rokok berpengaruh positif signifikan terhadap niat Alumni Ekonomi Islam Universitas Airlangga untuk beli ulang produk rokok.

Saran bagi pemerintah yaitu pemerintah hendaknya lebih meningkatkan sosialisasi terkait hukum-hukum yang dikeluarkan MUI tentang rokok dan bahaya dari mengkonsumsi rokok dan memperketat kebijakan peringatan dalam kemasan rokok. Saran bagi peneliti selanjutnya, dapat dilakukan dengan menambah variasi penelitian terhadap rokok dengan meneliti tentang iklan rokok dan menambahkan variabel lain.

Kata kunci: tingkat religiusitas, peringatan dalam kemasan rokok, sikap konsumen, niat beli ulang.

MINISTRY OF RESEARCH, TECHNOLOGY AND HIGHER EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS AIRLANGGA UNIVERSITY

STUDY PROGRAM: ISLAMIC ECONOMIC

LIST No: .....

ABSTRACT

THESIS OF ISLAMIC ECONOMIC BACHELOR

NAME : SAFARUDIN ADITIYA  
NIM : 041014136  
YEAR OF WRITING : 2018

**TITLE:**

The Influence of Self Religiosity and Warning Levels in Cigarette Package to The Attitude of Cigarette Package and Intention of Islamic Economic Alumni of Airlangga University to Repurchase Cigarette Product.

**CONTENT:**

This research aims to find out the influence of self religiosity and warning levels in cigarette package to the attitude of cigarette package and intention of Islamic Economic Alumni of Airlangga University to Repurchase Cigarette Product.

This research uses path analysis. Data source used is primary data which is questionnaire. The characteristics of population are islamic economic alumni of Airlangga University who consume cigarette at least three times. The amount of sample is 40 respondents. Technique of collecting sample used is nonprobability sampling by using purposive sampling.

Based on the research results, it shows that self religiosity has a negative significant effect on the attitude of cigarette package, warning in cigarette package has a positive significant effect on the attitude of cigarette package, attitude of cigarette package has a positive significant effect on intention of Islamic Economic alumni of Airlangga university to repurchase cigarette product, self religiosity has a negative significant effect on intention of Islamic Economic alumni of Airlangga university to repurchase cigarette product, and warning in cigarette package has a positive significant effect on intention of Islamic Economic alumni of Airlangga university to repurchase cigarette product.

Suggestions for the government are that the government should improve socialization related to the laws issued by MUI about cigarette and the danger of consuming it, and tighten the policy of warning in cigarette package. While suggestions for next researchers are that the researchers can add variance of research of cigarette by examining cigarette advertisement and other variable.

**Keywords: Religiosity Level, Warning on Cigarette Package, Consumer Attitude, Repurchase Intention.**