ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ROKOK
(Studi Kasus Dosen UIN Imam Bonjol Padang)

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Prodi Ekonomi Syariah

Oleh :

SHOFFAN QITAL
NIM: 1313060506

PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1439 H/ 2018 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul**"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Rokok (Studi Kasus Dosen UIN Imam Bonjol Padang)"** yang disusun oleh **Shoffan Qital, NIM, 1313060506** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan kesidang munaqasyah.

Padang, 14Agustus 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Testru Hendra, M.Ag	**Romi Iskandar, SE, MM**
NIP.197606042003211001	**NIP.19740520 200501 1005**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "**Anaisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Rokok (Studi Kasus Dosen UIN Imam Bonjol Padang)**", yang ditulis oleh **Shoffan Qital, Nim 1313060506**. Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang Tahun 2018.

Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah produk rokok bukanlah salah satu kebutuhan pokok bagi manusia secara teori namun realitanya rokok seolah-olah seperti kebutuhan pokok bagi penikmatnnya, dan jika ditinjau dari segi harga produk rokok saat ini setara bahkan melebihi harga sebungkus nasi yang merupakan salah satu kebutuhan pokok. Maka sudah pasti ada fakor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen rokok. Jika dilihat dari sudut pandang, penikmat rokok hampir dari setiap elemen masyarakat, maka untuk mengetahui faktor keputusan pembelian konsumen alangkah baiknya sampel yang diteliti itu dari kalangan elemen masyarakat yang berpendidikan tinggi, karena rasionalnya mereka tidak akan terpengaruh oleh keputusan pembelian yang dilakukan oleh elemen masyarakat laimya dikarenakan penggunaan pola pikir yang matang, dan oleh sebab itu peneliti memilih dosen sebagai sampel.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor keputusan pembelian diantaranya; faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi serta bauran pemasaran diantaranya; faktor produk, faktor harga, faktor promosi, dan faktor distribusi berpengaruh terhadap keputusan dosen dalam membeli produk rokok. Dan juga untuk mengetahui dari faktor-faktor tersebut faktor mana yang paling dominan terhadap keputusan pembelian rokok.

Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu, *Nonprobability Sampling*. Dikarenakan populasi dosen yang merokok tidak diketahui, maka untuk mencari sampel peneliti menggunakan teknik *Snowball Sampling.*

Untuk menganalisis perilaku pembelian konsumen tersebut, maka dilakukan dengan teknik analisis statistik distribusi frekuensi, kemudian dengan menggunakan skala ordinal kita akan memberi peringkat dari pilihan terbanyak sampai yang sedikit, dengan begitu akan mempermudah menemukan mana faktor yang paling dominan.

Hasil dari penelitian ini yang didapat dari penyebaran angket ke 32 dosen yang dipilih menjadi sampel menunjukkan bahwa seluruh faktor, baik itu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor produk, faktor harga, faktor distribusi dan faktor promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk rokok. Namun dari faktor-faktor tersebut faktor yang paling dominan adalah faktor keinginan pribadi yang ada pada indikator faktor pribadi dengan persentase sebesar 78,13% yang didapat dari 25 dosen yang memilih faktor tersebut..

UIN IMAM BONJOL PADANG

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, **Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi**

UIN IMAM BONJOL

PADANG