

ABSTRAKS

Fahmi, Ernida (05712012). Hubungan Antara Tingkat Ekuitas Merek rokok A-Mild Dengan Tingkat Kecenderungan Merokok merek rokok A-mild pada Remaja Awal.

Masalah merokok akhir-akhir ini menjadi topik pembicaraan. Telah banyak artikel dalam media cetak dan pertemuan ilmiah, ceramah, wawancara radio/TV serta penyuluhan mengenai bahaya merokok dan kerugian yang timbul karena merokok. Tidak ada yang memungkiri adanya dampak negatif dari perilaku merokok tetapi perilaku merokok bagi kehidupan manusia merupakan kehidupan yang fenomenal. Artinya meskipun sudah diketahui akibat negatif merokok akan tetapi jumlah perokok bukan semakin menurun tetapi semakin meningkat dan usia merokok bertambah muda. Pada umumnya individu pertama kali merokok antara usia 11-13 tahun.

Dengan semakin banyaknya jumlah pesaing di pasar, meningkat pula ketajaman persaingan di antara merek-merek yang beroperasi di pasar dan hanya merek yang memiliki ekuitas merek yang kuat yang akan tetap mampu bersaing, merebut, dan menguasai pasar. Karena itu, pengetahuan tentang elemen-elemen ekuitas merek dan pengukurannya sangat diperlukan untuk menyusun langkah strategis dalam meningkatkan eksistensi merek yang akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan serta banyak diminati oleh para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan ekuitas merek rokok merek A-Mild dilihat dari variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek yang dapat mempengaruhi kecenderungan merokok pada remaja awal.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah SMP As-Sa'adah, MTS 1 Negeri Gresik dan YPM Ma'arif yang berjenis kelamin laki-laki yang merokok yang berjumlah 92 siswa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner, skala psikologi yang digunakan adalah skala likert dengan pilihan jawaban untuk ekuitas merek SS (sangat sesuai), AS (agak sesuai), TS (tidak sesuai) sedangkan untuk tingkat kecenderungan merokok pilihan jawabannya SS (sangat sering), S (sering), KK (kadang-kadang), J (jarang), TP (tidak pernah). Peneliti menggunakan teknik *sampling jenuh*.

Data kedua variabel diolah dengan korelasi *product moment* dengan taraf koefisien korelasi antara variabel tingkat ekuitas merek (X) terhadap variabel tingkat kecenderungan merokok (Y) dihasilkan, $r = -0,207$, $p = 0,048$, $p < 0,05$, karena taraf signifikan p lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak sehingga hipotesis alternatif diterima. Berdasarkan hasil dari analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara tingkat ekuitas merek rokok A-Mild dengan tingkat kecenderungan merokok pada merek rokok A-Mild pada remaja awal.