

ANALISIS PENGARUH *GRAPHIC HEALTH WARNING* (GHW) PADA BUNGKUS ROKOK TERHADAP INTENSI UNTUK BERHENTI MEROKOK (Studi Kasus pada Mahasiswa UNDIP)

Ida Mawar Dewi¹, Rani Rumita²

Program Studi Teknik Industri Universitas Diponegoro
idadawardewi@gmail.com, ranirumita@gmail.com

ABSTRAK

Label peringatan (GHW) yang tertera pada bungkus rokok menggambarkan secara grafis mengenai bahaya merokok. Angka perokok di Indonesia masih cukup tinggi serta intensi untuk berhenti merokok pun masih rendah. Penelitian ini ingin melihat pengaruh pencantuman GHW (*Graphic Health Warning*) terhadap intensi berhenti merokok pada mahasiswa UNDIP dan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh intensi berhenti merokok pada mahasiswa UNDIP menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), serta masukan berupa perbaikan kemasan rokok berdasarkan variabel dari model VIEW, yaitu daya tarik visual (*Visibility*), sistem *labeling* (*Information*), daya tarik pembeli (*Emotional Appeal*), serta fungsi secara teknik (*Workability*) yang diharapkan dapat mempengaruhi intensi membeli produk rokok. Metode survei digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penambahan GHW berpengaruh terhadap intensi merokok. *Perceived behavioural control* merupakan faktor yang paling mempengaruhi intensi berhenti merokok, serta sebaiknya menambah variasi gambar-gambar yang lebih menyeramkan lagi dari sebelumnya sehingga dapat lebih menarik perhatian perokok dan penambahan ukuran tulisan peringatan keterangan dari GHW.

Kata Kunci : GHW, TPB, Attitudes, Subjective norm, Perceived Behavioural Control, Intensi, VIEW

ABSTRACT

Warning labels (GHW) on cigarette packs depict graphically about the dangers of smoking. Number of smokers in Indonesia is still quite high and intention to quit smoking is still low. This study wanted to see the effect of the inclusion of GHW (Graphic Health Warning) to the intention to quit smoking at Diponegoro University students and identify the factors that most influence the intention to quit smoking at Diponegoro University students using the Theory of Planned Behaviour (TPB), as well as the input of cigarette packaging improvements based on variables VIEW model, namely the visual appeal (Visibility), labeling systems (Information), the appeal of the buyer (Emotional Appeal), as well as technical function (Workability) are expected to affect the intention to buy tobacco products. Survey method used in this study. Based on the survey results revealed that the addition of GHW effect to the intention of smoking. Perceived behavioral control are the factors that most influence the intention to quit smoking, and should increase the variety of images that is more sinister than ever to attract more smokers and increase the size of written warnings from GHW description.

Keywords : GHW, TPB, Attitudes, Subjective norm, Perceived Behavioural Control, Intention, VIEW

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia sendiri meski telah diberlakukannya peringatan tentang bahaya dari merokok dalam bentuk teks (tulisan) namun tidak efektif lagi, terlihat dari angka perokok di Indonesia yang dibilang masih cukup tinggi dan intensi untuk berhenti merokok pun masih sangat rendah. Untuk itu penelitian ini ingin melihat pengaruh pelaksanaan peraturan pemerintah yang baru tentang pencantuman peringatan bahaya merokok bagi kesehatan berupa gambar yang menyeramkan (GHW) pada bungkus rokok terhadap intensi untuk berhenti merokok pada mahasiswa UNDIP, mengidentifikasi faktor-faktor yang paling mempengaruhi intensi berhenti merokok khususnya dikalangan mahasiswa UNDIP serta memberikan masukan berupa perbaikan kemasan rokok dengan memperhatikan variabel dari model VIEW yang diharapkan dapat mempengaruhi intensi membeli produk rokok.

II. DASAR TEORI

Rokok

Menurut PP No.19 tahun 2013, rokok merupakan hasil olahan tembakau terbungkus termasuk cerutu atau bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica* dan spesies lainnya atau sintesisnya yang mengandung nikotin atau tar dengan atau tanpa bahan tambahan. Penggunaan dari rokok yaitu dengan dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lain. Rokok sendiri merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya bagi kesehatan.

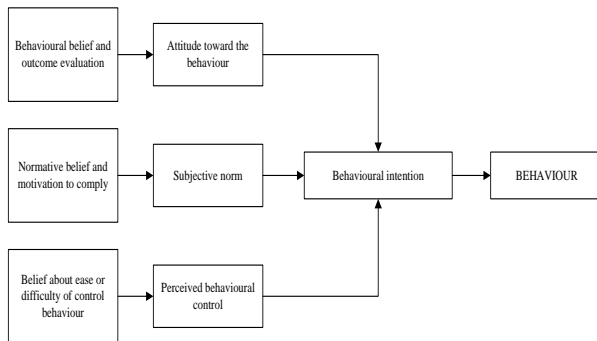
Graphic Health Warning

GHW merupakan salah satu kebijakan pemerintah berupa peringatan kesehatan berbentuk gambar pada bungkus rokok untuk mengkomunikasikan risiko (bahaya) rokok. Kebijakan ini dilakukan karena dirasa mudah dan murah sebagai strategi penyuluhan/pendidikan bagi masyarakat serta memberi peringatan kepada masyarakat tentang bahaya merokok setiap saat karena dilihat oleh perokok dan seluruh orang di tempat penjualan rokok. Pasal 15 Ayat 1 PP 109 Tahun 2012 menyatakan bahwa setiap 1 (satu) varian produk tembakau wajib dicantumkan gambar dan tulisan peringatan kesehatan yang terdiri atas 5 (lima) jenis yang berbeda, dengan porsi masing-masing 20% (dua puluh persen) dari jumlah setiap varian produk tembakaunya.

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan perluasan dan modifikasi dari *Theory of Reasoned Action* oleh Ajzen (dalam Azwar, 1995). *Theory of Reasoned Action* (TRA) mengatakan bahwa *attitudes* (sikap) mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal. Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh *attitudes* umum tapi oleh *attitudes* yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh *attitudes* tapi juga oleh *subjective norm* (norma subjektif) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat. Ketiga, *attitudes* terhadap suatu perilaku bersama *subjective norm* membentuk suatu intensi atau niat untuk berperilaku tertentu

(Azwar, 1995), dengan diikutsertakannya aspek *perceived behavioural control* (kontrol perilaku yang dihayati). Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi intensi yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak.



Gambar 2.1 Theory of Planned Behaviour

Sumber: Ajzen (dalam Azwar, 1995)

Intensi untuk Berhenti Merokok

Intensi merupakan suatu niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat untuk melakukan perilaku tersebut berkaitan dengan keyakinan (*beliefs*) tentang perilaku yang dilakukan dan *attitudes* terhadap perilaku tersebut, dan perilaku itu sendiri sebagai wujud nyata dari intensinya.

Kemasan Model VIEW

Menurut Terence A. Shimp (dalam Harminingtyas, 2003) agar kemasan dapat menjalankan fungsinya dengan baik dalam arti sampai keputusan pembelian konsumen, maka kemasan harus mengandung hal-hal sebagai berikut :

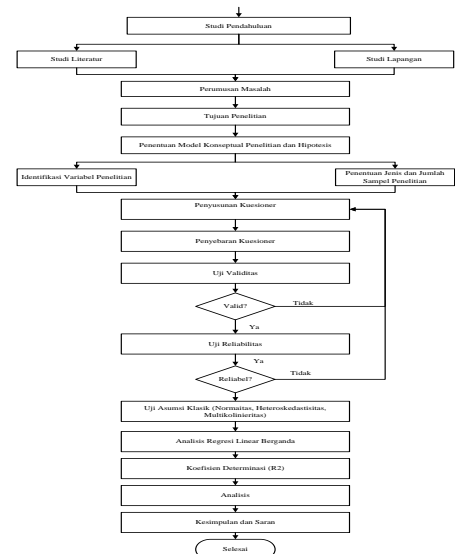
1. *Visibility* (Visibilitas) : Terkait dengan kemampuan suatu kemasan untuk menarik perhatian paa point-point pembelian. Tujuannya untuk memiliki kemasan yang menonjol dari

yang lain di atas rak, sehingga ia menolong citra merek.

2. *Information* (Informasi): Berhubungan dengan instruksi pemanfaatan produk, berbagai keuntungan yang disebut slogan serta informasi tambahan yang dihadirkan pada atau di dalam kemasan (seperti resep masakan dan berbagai promosi penjualan).
3. *Emotional Appeal* (Daya tarik emosional) : Kemampuan kemasan untuk menimbulkan perasaan ingin atau suasana hati mendukung. Membangkitkan perasaan tertentu (elegan, prestise, keceriaan, senang, nostalgia, dll) melalui penggunaan warna, bentuk, material dan lainnya.
4. *Workability* (Daya atau kemampuan untuk dikerjakan) : Merujuk fungsi kemasan lebih dari sekedar cara berkomunikasi.

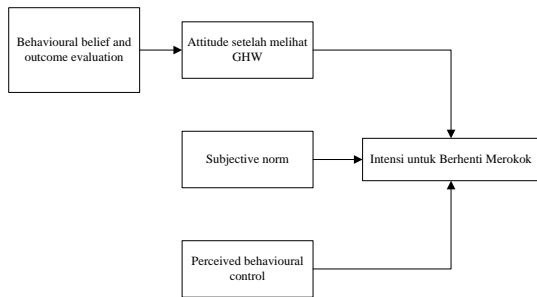
III. METODE PENELITIAN

Alur penelitian dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan *Theory of Planned Behaviour* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (dalam Miller, Hill, Quester, & Hiller, 2011) untuk menyelidiki dampak potensial dari GHW pada bungkus rokok terhadap intensi untuk berhenti merokok. Model ini akan melihat *attitude* (perokok) terhadap GHW berdasarkan *belief* perokok serta *outcome evaluation*, dimana *belief* serta *outcome evaluation* dapat berubah berdasarkan respon terhadap informasi baru yang berpengaruh terhadap *attitude*, pada penelitian ini yaitu menguji pengaruh adanya penambahan GHW terhadap perokok.

Penelitian ini akan memprediksi bahwa GHW akan mempengaruhi intensi untuk berhenti merokok dengan menggunakan teori dari Fishbein dan Ajzen yaitu berdasarkan *attitude* setelah melihat GHW pada bungkus rokok, *subjective norm* dan *perceived behavioural control*.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: *Attitude* perokok terhadap GHW positif terhadap intensi untuk berhenti merokok

H2: *Subjective norm* positif terhadap intensi untuk berhenti merokok

H3: *Perceived behavioural control* positif terhadap intensi untuk berhenti merokok

Penentuan Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perokok dikalangan mahasiswa UNDIP. Dalam penelitian ini populasi tidak terbatas karena jumlah perokok dikalangan mahasiswa tidak diketahui. Seorang responden diklasifikasikan sebagai perokok jika mereka merokok “sehari-hari”, “setidaknya mingguan”, atau “kurang dari mingguan”. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling (Simple Random Sampling)*, dimana cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi semua unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penentuan jumlah sampel didasarkan pada *rule of thumb* dari Roescou (dalam Nilawati dan Bimo, 2010) yaitu ketika jumlah populasi tidak dapat diketahui secara tepat maka jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah dapat dianggap mewakili pada penelitian. Peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Uji Instrumen Penelitian

Uji coba perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum kuesioner penelitian tersebut digunakan untuk memperoleh data-data penelitian, agar diperoleh kuesioner yang valid dan reliabel. Adapun teknik uji yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas, agar diketahui apakah suatu alat ukur mampu menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan tujuan ukurannya.

2. **Uji Reliabilitas**, keandalan/konsistensi alat ukur (kuesioner), sehingga reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab.

Uji Asumsi Klasik

1. **Uji Normalitas**, uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal/tidak.
2. **Uji Heteroskedastisitas**, Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.
3. **Uji Multikolinieritas**, Multikolinieritas menunjukkan adanya korelasi (hubungan) yang kuat antara variabel bebas dalam model regresi.

Pengujian Hipotesis

1. **Uji F**, untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. **Uji t (uji parsial)**, untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam variansi variabel dependen. Bila nilai R² kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi sangat terbatas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden sebagai obyek penelitian satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data Demografis Responden

No	Karakteristik Responden	Jumlah
		Orang
Jenis Kelamin		
1	Laki-laki	98
2	Perempuan	2
Total		100
Usia		
1	19 - 20	14
2	21 - 22	32
3	23 - 24	42
4	< 24	12
Total		100
Lama Mengonsumsi Rokok		
1	< 1 th	22
2	1 - 2 th	31
3	> 2 th	47
Total		100
Tingkat Konsumsi		
1	1 - 5 batang	28
2	6 - 12 batang	48
3	> 12 batang	24
Total		100

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 100 responden perokok mahasiswa UNDIP di dapat kondisi responden mengenai jenis kelamin, usia, lamanya mengonsumsi rokok serta tingkat konsumsi perhari.

Tabel 3.2 Deskripsi variabel penelitian

	Keyakinan	Evaluasi	Rata-rata	Std dev
<i>Attitude</i> - mengenai akibat merokok				
a. Kanker mulut	4.14	3.19	13.40	5.15
b. Kanker paru-paru	4.04	3.35	13.72	4.49
c. Bronchitis kronis	4.24	3.60	15.36	4.78
d. Kanker leher	4.56	3.25	14.94	5.36
e. Anak kecil akan sakit	4.15	3.46	14.53	5.39
<i>Attitude</i> - total (X1)			71.95	16.86
<i>Subjective norm</i> (X2)			3.97	0.78
<i>Perceived behavioural control</i> (X3)			3.90	0.70
Intensi untuk berhenti merokok (Y1)			11.13	2.25

Analisis deskripsi ini untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

Uji Validitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel/item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-tabel	Ket.
<i>Attitude</i>			
be.1	0,389	0,361	Valid
be.2	0,461	0,361	Valid
be.3	0,509	0,361	Valid
be.4	0,413	0,361	Valid

be.4	0,467	0,361	Valid
Intensi Berhenti Merokok			
Y.1	0,533	0,361	Valid
Y.2	0,578	0,361	Valid
Y.3	0,528	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Disimpulkan bahwa semua item indikator tersebut dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yaitu lebih besar dari 0,361. Khusus untuk variabel *Subjective norm* dan *Perceived behavioural control* tidak dilakukan uji validitas karena hanya terdiri dari litem pertanyaan.

Uji Reliabilitas

Tabel 3.4 Hasil Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Attitude	0,691	Reliabel
Niat berhenti merokok	0,725	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Dengan demikian item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Tabel 3.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.46402633
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.063
	Absolute Negative	-.063
	Positive	.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.826
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Pengujian ini mempunyai syarat dimana nilai signifikansi pada Kolmogorov-Smirnov harus lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel diatas, didapatkan nilai signifikan pada Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.826, sehingga data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.6 Hasil Uji Multikolonieritas

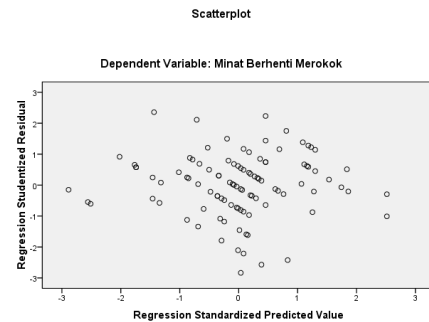
Variabel	Model 1	
	Tolerance	VIF
Attitude	0,809	1,236
Subjective norm	0,673	1,487
Perceived behavioural control	0,727	1,376

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10,

sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3.3 Uji Heterokedastisitas
Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada kedua model regresi.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 3.7 Koefisien Persamaan Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.278	.970		.287	.775
Attitude	.040	.010	.299	4.041	.000
Subjective Norm	.916	.232	.320	3.944	.000
Perceived Behavioural Control	1.115	.249	.349	4.477	.000

a. Dependent Variable: Niat Berhenti Merokok

Sumber : Hasil print out analisis regresi, 2015

Dari model tabel diatas diperoleh koefisien regresi ketiga variabel tersebut bernilai positif. Selanjutnya ketiganya

diinterpretasikan untuk besarnya nilai dari masing-masing koefisien regresinya.

Uji Model (Uji F)

Tabel 3.8 Uji Model

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	287.116	3	95.705	43.299	.000 ^a
Residual	212.194	96	2.210		
Total	499.310	99			

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioural Control, Attitude, Subjective Norm

b. Dependent Variable: Niat Berhenti Merokok

Didapat nilai F Model sebesar 43,299 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai sig F lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa variabel intensi untuk berhenti merokok dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku.

Koefisien Deteterminasi (R^2)

Tabel 3.9 Koefisien determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.562	1.487

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioural Control, Attitude, Subjective Norm

b. Dependent Variable: Niat Berhenti Merokok

Nilai adjusted R^2 pada model regresi diperoleh sebesar 0,562 yang artinya 56,2% variasi dari niat berhenti merokok dapat dijelaskan oleh variabel independen *attitude* (sikap), *subjective*

norm (norma subyektif) dan control perilaku.

Analisis Fitur Kemasan (VIEW)

Hasil wawancara yang dilakukan berdasarkan empat variabel dari model VIEW yaitu *Visibility*, *Information*, *Emotional Appeal* dan *Workability* diketahui bahwa variabel *visibility* dan *information* masih terdapat beberapa kekurangan dan harus lebih diperhatikan lagi. Gambar yang digunakan sangat monoton, karena GHW yang beredar di pasaran masih 5 jenis saja sehingga perokok mulai sedikit terbiasa dengan gambar-gambar tersebut, sehingga lebih baik jika menambah variasi gambar-gambar yang lebih menyeramkan lagi dari sebelumnya sehingga dapat membantu menarik perhatian perokok. Juga informasi yang tertera pada bungkus rokok masih memiliki kekurangan karena informasi yang tertulis pada bungkus rokok berukuran sangat kecil sehingga tidak begitu jelas dan sedikit sulit untuk dibaca karena ukuran keterangan gambar yang begitu kecil sehingga mengalami kesulitan untuk dibaca secara langsung dengan jarak yang jauh.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelaksanaan peraturan pemerintah yang baru tentang pencantuman peringatan bahaya merokok bagi kesehatan berupa GHW pada bungkus rokok berpengaruh terhadap intensi untuk berhenti merokok pada mahasiswa UNDIP.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi untuk berhenti merokok adalah *attitude*, *subjective norm*, dan

perceived behavioural control. Faktor yang paling mempengaruhi intensi berhenti merokok pada mahasiswa UNDIP adalah faktor *perceived behavioural control*.

3. Berdasarkan analisis kemasan dengan penambahan GHW pada bungkus rokok dengan menggunakan model VIEW yang terdiri dari variabel *Visibility* (Visibilitas), *Information* (Informasi), *Emotional Appeal* (Daya tarik emosional), dan *Workability* (Daya atau kemampuan untuk dikerjakan) sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa kekurangan pada variabel *visibility* dan *information*.

Saran

1. Pemerintah dalam hal ini harus menerapkan peran GWH semaksimal mungkin dengan memberikan informasi yang lebih luas mengenai dampak negatif dari merokok baik dengan menambah variasi gambar-gambar yang lebih menyeramkan lagi dari sebelumnya sehingga dapat membantu menarik perhatian perokok, serta penambahan ukuran tulisan peringatan serta keterangan dari GHW sehingga dapat dengan jelas dibaca bahkan dari jarak jauh sekalipun.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan profil demografis yang lebih luas serta objek penelitian yang lebih luas untuk menganalisis perokok.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengukur intensi untuk berhenti merokok berdasarkan faktor-faktor lainnya seperti faktor personal, faktor sosial, serta faktor informasi

4. Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih fokus mendesain tampilan gambar pada GHW bungkus rokok yang baru berdasarkan variabel-variabel pada model VIEW.

5. Perlu mendesain GHW berbentuk gambar menarik yang menggambarkan akibat dari merokok, dapat juga mencantumkan alamat *website* yang berisi tentang kampanye atau kisah dari orang-orang yang mengalami hal buruk akibat merokok.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bansal-Travers, M., Hammond, D., Smith, P., & Cummings, K. M. (2011). The Impact of Cigarette Pack Design, Descriptors, and Warning Labels on Risk Perception in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 674-682.
- Berg, C. J., Thrasher, J. F., Westmaas, J. L., & Buchanan, T. (2011). College student reactions to health warning labels: Sociodemographic and psychosocial factors related to perceived effectiveness of different approaches. *Preventive Medicine* 53, 427-4730.

- Daftar 10 Negara Perokok Terbesar di Dunia
(<http://www.cancerhelps.co.id>)
- Germain, D., Wakefield, M. A., & Durkin, S. J. (2010). Adolescents' Perceptions of Cigarette Brand Image: Does Plain Packaging Make a Difference? *Journal of Adolescent Health* 46 , 385-392.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodall, C., & Appiah, O. (2008). Adolescents' Perceptions of Canadian Cigarette Package Warning Label: Investigating the Effects of Message Framing. *Health Communication*, 23 , 117-127.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Mode VIEW dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang. *JURNAL STIE SEMARANG, VOL. 5, NO. 2*, 1-18
- Hill, D. J., Quester, P. G., Miller, C. L., & Hiller, J. E. (2011). The impact of Australian's new graphic cigarette packet warnings on smokers. *Australian Marketing Journal* 19 , 181-188.
- Kumalasari, I. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berhenti Merokok pada Santri Putra di Kabupaten Kudus. Pasca Sarjana Unpad
- Nilawati, L., Bimo, D. (2011). Pengaruh Motivasi pada Kinerja Belajar. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS Vol. 3 No. 3*, 287-303
- Raharso, S., Suhaeni, T., & Amalia, S. (2008). Menjadi Nasabah Bank Syariah Palikasi Theory of Planned Behaviour di Kalangan Pengusaha Kecil di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol.8, No.1*, 1-100
- Regal, F. N., & Japarianto, E. (2013). Pengaruh Functional Attributes, Non-Functional Attributes, dan Corporate Ability Association terhadap Brand Loyalty Java Paragon Hotel and Residences. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2* , 1-8.
- Saputra, R., & Samuel, H. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No.1* , 1-12.
- Susanna, D., Hartono, B., & Fauzan, H. (2003). Penentuan Kadar Nikotin dalam Asap Rokok. *MAKARA, KESEHATAN, VOL.7, NO.2* , 47-51.