

BAB VI

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab V, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji Simultan (F-Test)

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel opini, pengetahuan, sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok secara bersama-sama terhadap *Affordability To Pay* Rokok di Kalangan Remaja usia 15-18 tahun di kota Yogyakarta.

2. Uji Parsial (t-Test)

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Affordability To Pay* Rokok di Kalangan Remaja meliputi pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok dimana masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,030, 0,046, 0,045, 0,003 dan 0,001, sedangkan variabel opini dengan nilai signifikansi sebesar 0,130 dimana tidak berpengaruh terhadap *Affordability To Pay* Rokok di Kalangan Remaja usia 15-18 tahun di kota Yogyakarta.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57,5% pengaruh *Affordability To Pay* Rokok di Kalangan Remaja yang dijelaskan oleh variabel opini, pengetahuan, sosial, pembelian rokok, keluarga, iklan rokok, dan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Implikasi

1. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *affordability to pay* rokok remaja di kota Yogyakarta yaitu variabel pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan.
2. Variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Opini (pendapat) tentang diri mereka, isu-isu sosial dan produk. Opini remaja terhadap rokok seperti meningkatkan kepercayaan diri dan menurut responden pabrik rokok membantu perekonomian negara karena pajak rokok yang besar. Dalam struktur masyarakat, perilaku merokok yang dilakukan oleh remaja bukan lagi hal yang dianggap aneh, melainkan suatu kewajaran.
3. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Minim atau kurangnya pengetahuan remaja mengenai rokok baik bahaya maupun media

promosinya dan edukasi mengenai rokok sehingga belum memikirkan akibat/ dampak terhadap diri sendiri, orang lain maupun lingkungan dan bahkan cenderung mengabaikannya. Pengetahuan remaja terhadap rokok tidak membuat remaja takut untuk mengkonsumsi rokok, pertimbangan emosional lebih dominan dibandingkan dengan pertimbangan rasional bagi perokok.

4. Variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Faktor lingkungan, teman sebaya atau teman sepermainan dapat mempengaruhi remaja merokok karena adanya pengaruh yang kuat dalam mendorong munculnya perilaku merokok terhadap remaja. Akses mendapatkan rokok dalam faktor sosial sangat terjangkau dimana remaja saling berbagi rokok bahkan biasanya patungan untuk membeli rokok.
5. Variabel pembelian rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Dapat di lihat dimana saat ini rokok sangat mudah didapatkan karena disetiap supermarket, toko kelontong bahkan warung pinggir jalan pasti menyediakan rokok tanpa menerapkan regulasi yang ada. Rokok di negara berkembang khususnya Indonesia dapat dikatakan harganya masih sangat murah dan sangat terjangkau karena dapat dibeli secara eceran menggunakan uang saku mereka yang terbatas.

6. Variabel faktor keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Perilaku merokok disebabkan dari adanya pengaruh dari orang tua, karena secara tidak langsung orang tua merupakan aktor yang mengenalkan rokok kepada remaja ketika masih kecil sebelum faktor lingkungan. Karena itu remaja akan terstimulus dengan perilaku orang tuanya dan menganggap rokok adalah hal yang wajar dan tidak berbahaya. Sedangkan afordabilitas mendapatkan rokok dalam keluarga lebih mudah karena beberapa remaja diberi jatah rokok dari orang tuanya maupun berbagi rokok dengan keluarganya.
7. Variabel iklan rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Media iklan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi remaja merokok karena dari media iklan baik media massa, media cetak, media elektronik maupun media sosial mampu memberikan informasi mengenai iklan-iklan rokok, bahwa jika merokok itu menimbulkan rasa percaya diri, “*passion*” remaja. Sehingga, mampu mendorong remaja dalam aktivitas merokok, serta memberitahukan bahwa rokok mudah didapatkan dengan harga terjangkau sehingga remaja tidak ragu untuk membelinya dengan berbagai jenis rokok yang ditawarkan.

C. Saran

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena permasalahan yang ada serta berusaha menemukan solusi yang tepat yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan saran untuk beberapa pihak melalui penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Untuk konsumen rokok khususnya para remaja mengingat akan dampak yang dihasilkan oleh rokok diharapkan untuk mengurangi konsumsi rokok karena rokok tidak memberikan manfaat sedikitpun. Dan sebaiknya uang saku digunakan dengan lebih bijak dan digunakan untuk hal yang bermanfaat, selain membahayakan diri sendiri rokok juga membahayakan orang lain serta lingkungan disekitar kita.
2. Bagi pemerintah khususnya kota Yogyakarta diharapkan penelitian ini dijadikan acuan untuk menilai atau menentukan kebijakan yang telah dibuat dan selanjutnya adalah membuat kebijakan yang tepat dan ketat yang mampu untuk mengurangi konsumen rokok khususnya pada remaja maupun pelajar yang ada di Yogyakarta maupun seIndonesia, serta memperketat peredaran atau akses keterjangkauan mendapatkan rokok pada anak dibawah umur maupun remaja karna di Indonesia rokok masih tergolong murah dan mudah untuk akses mendapatkannya serta dijual secara bebas. Hal ini masih menjadi PR bagi pemerintah karena permasalahan rokok dari dulu sampai saat ini belum terpecahkan bahkan semakin meningkat.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa melakukan penelitian lebih dalam dan luas mengenai permasalahan rokok remaja yang masih belum teratasi sampai saat ini. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel yang lain yang bisa mempengaruhi kemampuan membeli rokok di kalangan remaja.

D. Keterbatasan Penelitian

Suatu penelitian tentu tidak luput dari keterbatasan meskipun metode yang diterapkan sudah sesuai dengan prinsip ilmiah. Keterbatasan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Keterbatasan tenaga, waktu dan dana serta tingkat penelitian yang masih berada pada tingkat Strata-1, membuat penelitian ini hanya mampu mencari responden sebanyak 100 orang. Menurut data, jumlah remaja atau pelajar SMA laki-laki di Kota Yogyakarta ada 10.086 orang (Kependudukan Jogja, 2018). Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan tingkat signifikansi pengambilan sampel sebesar 10%, dan dimana seharusnya penelitian bidang sosial menggunakan tingkat signifikansi 5% sehingga seharusnya responden dalam penelitian ini berjumlah 385 orang.
2. Data yang dihasilkan oleh responden berdasarkan pada persepsi responden, sehingga tidak lepas dari unsur subjektivitas dan mungkin saja dapat berbeda dengan kondisi dilapangan.

3. Dalam penelitian ini agak kesulitan mencari referensi maupun jurnal yang sesuai di karenakan masih minim atau jarang penelitian sebelumnya yang membahas mengenai *Affordability to pay* rokok di kalangan remaja baik secara variabel yang sama maupun hal yang lainnya.