

## ABSTRAKSI

SUTOMO SAPUTRA, Nomor Induk Mahasiswa 152100067, Program Studi Adminmistrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul : **Analisis Hubungan Antara Sikap Konsumen Atas Label Peringatan Bahaya Merokok Dengan Intensi Berhenti Merokok**. Dosen Pembimbing I, Humam Santoso Utomo, Dosen Pembimbing II, Adi Soeprapto.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara sikap konsumen atas label peringatan bahaya merokok dengan intensi berhenti merokok pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta. Tipe penelitian ini adalah penelitian SURVEI yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang diberikan kepada mahasiswa Program studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta yang mengkonsumsi rokok.

Tipe penelitian dalam penelitian ini survei, yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *metode simple random sampling*, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Program Studi Administrasi Bisnis yang mengkonsumsi Rokok. Berdasarkan hasil survei terdahulu diketahui konsumen yang mengkonsumsi Rokok di Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Sebesar 180 mahasiswa, berdasarkan perhitungan diperoleh ukuran asampel sebesar 64,29 yang dibulatkan menjadi 25 responden.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang Signifikan antara sikap konsumen atas label peringatan bahaya merokok dengan intensi berhenti merokok. Hal ini berarti makin baiknya sikap responden pada label peringatan bahaya merokok maka akan menyebabkan tingginya keinginan responden untuk berhenti merokok. Dengan sikap yang dimilikinya, responden dapat mempersepsikan dengan baik atas label peringatan yang ada pada rokok. Hal ini tentunya akan mempengaruhi konsumen untuk mengurangi atau bahkan tidak merokok sama sekali.