

Abstrak
Pengaruh Tingkat Religiusitas Keputusan Pembelian Rokok
(Studi Kasus Mahasiswa Unida Magelang Tahun 2019)

Muhammad Abdul Haris
NIM : 35.2014.41.0731

Islam adalah agama yang mengatur kehidupan ummatnya secara sempurna, bukan saja pada persoalan yang berkaitan dengan aqidah, akhlak dan ibadah, namun juga persoalan mu'amalah. Salah satu aspek mu'amalah manusia adalah berkaitan dengan konsumsi. Dalam Islam setiap muslim diwajibkan mengkonsumsi hal yang halal, karena setiap yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh. Jika diperluas, mengkonsumsi tidak hanya sebatas mengkonsumsi makanan tetapi juga yang kita konsumsi selain makanan salah satunya yaitu rokok. Ada yang mengatakan bahwasanya rokok itu haram dan ada yang mengatakan bahwasanya rokok itu makruh karena rokok tidak disebutkan secara jelas dan terperinci di dalam Al-qur'an dan hadits.

Tujuan dalam peneliti ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok di Universitas Daussalam Gontor Magelang, seberapa besar pengaruh tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok di Universitas Daussalam Gontor Magelang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari kuesioner yang dibagikan kepada perokok aktif dengan menggunakan sampel jenuh. Penelitian ini dilakukan terhadap 38 mahasiswa perokok aktif di Universitas Daussalam Gontor Magelang dengan menggunakan angket skala (sikap) likers. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana meliputi uji t dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian. Dan untuk mengetahui adanya variabel pengganggu, data uji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi, uji normalitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel tingkat religiusitas berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rokok. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas variabel tingkat religiusitas sebesar 0,207, dan nilai ini lebih besar dari 0,005 maka ini menandakan bahwa keputusan pembelian rokok secara signifikan tidak dipengaruhi oleh tingkat religiusitas. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tingkat religiusitas berpengaruh kecil terhadap keputusan pembelian rokok. Dilihat dari R Square sebesar 0,044, menunjukkan bahwasanya variabel tingkat religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian rokok sebesar 4,4% dan sisanya 95,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain diluar variabel tingkat religiusitas misalnya psikologi, biologi, lingkungan, promosi, distribusi, harga, produk.

Kata kunci: *Tingkat Religiusitas , Keputusan pembelian, Rokok*