Abstrak

Kondisi perekonomian Indonesia secara garis besar memang belum benar-benar pulih sejak terjadi krisis moneter sekitar tujuh tahun yang lalu, hal ini bisa dilihat dari subsidi BBM yang terus dikurangi sehingga harga BBM naik yang secara tidak langsung diikuti dengan kenaikan beberapa harga bahan pokok. Namun, munculnya beberapa merk rokok baru di Indonesia menjadi indikasi bahwa ada peningkatan daya beli masyarakat Indonesia pada umumnya.

Dengan indikasi seperti ini, berarti peluang bisnis dalam usaha rokok lebih terbuka, tinggal bagaimana kepekaan pelaku bisnis pada usaha rokok memanfaatkan, memperebutkan dan mempertahankan peluang bisnis yang ada, hal ini biasanya ditandai dengan munculnya variasi-variasi baik dari kemasan, bentuk, warna, rasa, ukuran dengan inovasi terbaru.

Motivasi, kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat memotivasi seseorang untuk bertindak pada saat tertentu sehingga perlu mendapat sebuah motivasi. Sejalan dengan hal tersebut menjadikan motivasi sebagai sebuah keadaan yang perlu untuk mendapat perhatian. Motif manusia dalam melakukan pembelian secara umum dapat dibedakan menjadi: motif pembelian primer, motif selektif, motif rasional dan motif emosional. Motif pembelian primer merupakan motif yang menimbulkan perilaku membeli terhadap kategori-kategori umum pada suatu produk. Motif pembelian selektif adalah motif yang mempertimbangkan hal-hal seperti model dan merk dari kelas-kelas produk. Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan mengenai fungsi dan kualitas yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen. Berbeda dengan motif rasional, motif emosional cenderung merupakan kebalikan dari motif rasional karena didalamnya konsumen sepenuhnya hanya mempertimbangkan faktor perasaan dalam hal membeli produk yang diinginkan.

Data penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuisioner yang diisi oleh 100 responden. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan uji beda Kruskal-Wallis, setelah data didapatkan maka diketahui bahwa motivasi berdasarkan daerah asal, dari 12 pertanyaan yang diajukan kepada responden ternyata ada 2 pertanyaan yang mengindikasikan bahwa ada perbedaan motivasi, yaitu pertanyaan ke 6 dan 12.

Selanjutnya, mengacu pada analisis data dan pembahasan, disarankan pada produsen rokok Indonesia agar lebih memperhatikan cita rasa rokok filter dan menyeimbangkan perhatian dan pengembangan produk kepada konsumen baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.