

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kini, pertumbuhan teknologi tumbuh begitu pesat di banyak sektor, termasuk industri rokok. Perkembangan vape di Bekasi ditunjukkan oleh banyaknya toko vape. Hal ini ditandai dengan penggunaan rokok elektrik oleh perokok tembakau. Ini terjadi disebabkan rokok elektrik memiliki manfaat sosial, seperti menjadi alat yang lebih canggih dan membantu berhenti merokok. Vape semakin populer dan disukai masyarakat, meskipun ada pro dan kontranya. Ini disebabkan fakta bahwa vape dianggap lebih aman daripada rokok tembakau. Vape memiliki banyak daya tarik karena tidak hanya menjadi alternatif rokok yang lebih sehat, tetapi juga karena menjadi gaya hidup yang eksklusif, identitas, dan cara hidup. Selain itu, vaping menghasilkan uap bukan asap, yang membuatnya aman bagi lingkungan. Perokok aktif dapat menggunakan Vape untuk berhenti merokok secara bertahap. Rokok elektrik dapat sedikit mengurangi kecanduan karena sensasinya mirip dengan rokok tembakau.

Pemasaran telah sangat dipengaruhi oleh era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini. Peran media sosial telah berkembang dari sekadar tempat untuk berinteraksi menjadi alat penting untuk strategi pemasaran, menimbulkan tantangan baru bagi para profesional pemasaran. Fenomena ini telah menciptakan pergeseran besar dalam cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan mempromosikan produk mereka. Kemajuan teknologi ini terlihat dimana

sekarang semuanya berbasis *online* dan Indonesia termasuk salah satu pengguna sosial media terbanyak. Dengan kemajuan teknologi saat ini, toko Vapenoid di Galaxy Bekasi tertarik pada penggunaan media sosial dalam pemasaran bisnis. Toko ini memanfaatkannya sebagai salah satu media pemasaran mereka

Di sisi lain, kualitas pelayanan juga menjadi fokus penting dalam pengalaman konsumen. Pelayanan yang baik bisa mengembangkan kepuasan pelanggan, menumbuhkan loyalitas merek, dan berdampak pada pilihan mereka agar membeli barang. Dalam konteks industri vape, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti ketersediaan produk, responsifnya layanan konsumen, kemudahan transaksi, dan konsistensi merek.

Meskipun pentingnya peran media sosial dalam mempromosikan produk vape dan peran kualitas pelayanan dalam memengaruhi persepsi konsumen, penelitian yang menyelidiki interaksi antara kedua faktor ini dan dampaknya terhadap keputusan pembelian vape masih terbatas. Khususnya di level lokal seperti di kawasan Vapenoid Galaxy Bekasi. Kurangnya pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana strategi pemasaran melalui media sosial dan kualitas pelayanan secara bersamaan memengaruhi preferensi dan keputusan yang dibuat oleh konsumen tentang apa yang mereka beli dapat menjadi penghalang bagi pengembangan strategi pemasaran yang berhasil di industri ini.

Fenomena dari penelitian ini adalah adanya pergeseran perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan gaya hidup khususnya di sektor rokok elektrik, dimana sebelumnya mayoritas penggunanya adalah perokok tembakau yang kemudian beralih menggunakan rokok elektrik. Selain itu peran

media sosial dan pelayanan yang berkualitas juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan terutama di toko vape seperti Vapenoid Galaxy Bekasi

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menambah informasi yang hilang dengan mempelajari bagaimana pengaruh kualitas layanan dan menganalisis pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan konsumen untuk membeli vape di Vapenoid Galaxy Bekasi. Diharapkan penelitian ini akan membantu toko vape membuat strategi pemasaran yang ampuh dan menguntungkan. Berdasarkan hal-hal itu, peneliti hendak menjalankan studi yakni **“Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Rokok Elektrik) Di Vapenoid Galaxy Bekasi”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Social Media Marketing* berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi?
3. Apakah *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Social Media Marketing* berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi?

2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi?
3. Untuk mengetahui apakah *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada keputusan pembelian di Vapenoid Galaxy Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Oleh karena itu, diinginkan perolehan penelitian ini bisa mendapat kegunaan yang berarti. Beberapa keuntungan dari studi ini meliputi:

1. Untuk Penulis:

Studi ini diinginkan mampu memberi kegunaan yang signifikan, yaitu memperoleh pemahaman yang mendalam tentang industri vape, termasuk tren pasar, karakteristik pelanggan, dan komponen yang memengaruhi keputusan pembelian di industri ini.

2. Untuk Pengembangan Industri Vape

Diharapkan perolehan penelitian ini bisa memberi kontribusi yang penting untuk pertumbuhan industri vape secara keseluruhan dengan menawarkan pemahaman yang lebih menyeluruh perihal tingkah laku pembeli dan komponen yang memengaruhi keputusan pembelian di sektor ini.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Mengemukakan perihal latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Isinya penjelasan perihal landasan teori yang digunakan pada penulisan skripsi ini, termasuk banyak teori yang dijadikan dasar untuk analisis dalam penelitian. Selain itu, mencakup landasan teori, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Mencakup contoh dan cara pengambilan sampel, tipe data, waktu, lokasi studi, cara mengumpulkan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memuat sejarah Vapenoid Galaxy Bekasi dan hasil analisis data dan membahas temuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Isinya perolehan dan saran dari penelitian