

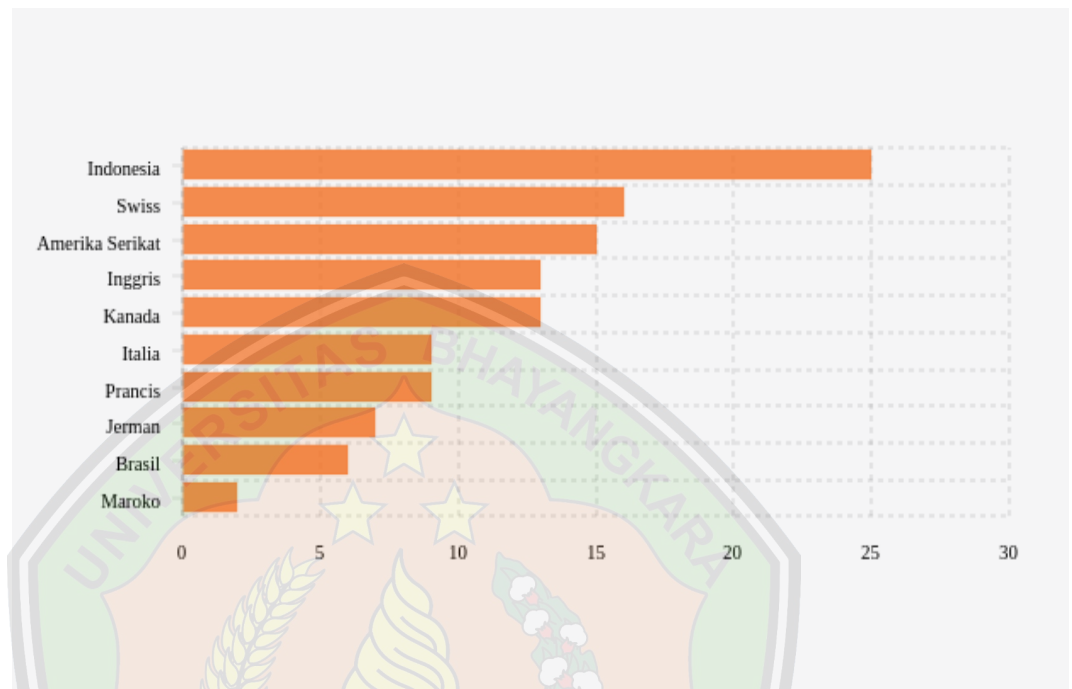
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Vape mulai diperkenalkan di Indonesia pada awal tahun 2012. Dengan kemajuan media komunikasi dan informasi, popularitas *vape* semakin meningkat di kalangan masyarakat. Hal ini terutama karena *vape* dianggap memiliki dampak negatif yang lebih rendah dibandingkan dengan rokok konvensional. (Diva widyantari, 2023). Dengan meningkatnya permintaan, produk *Vape* mulai diimpor ke Indonesia. Namun, pada tahun 2014, penjualan *Vape* mengalami penurunan drastis akibat munculnya isu negatif terkait produk tersebut. Meski begitu, kini penjualan *Vape* kembali meningkat karena isu tersebut tidak terbukti kebenarannya. Jumlah pengguna *Vape* pun semakin bertambah, bahkan banyak di antara mereka yang membentuk komunitas di wilayah masing-masing. Masyarakat perkotaan di Indonesia mengalami perkembangan gaya hidup yang pesat, didukung oleh kemudahan akses terhadap produk-produk modern di kota besar. Hal ini terlihat dari banyaknya pusat perbelanjaan yang terus dibangun di perkotaan, yang menjadi daya tarik bagi masyarakat yang menikmati gaya hidup modern. Namun, perkembangan gaya hidup ini juga menimbulkan kekhawatiran, karena dapat mendorong seseorang untuk membeli barang-barang bukan berdasarkan fungsinya, melainkan hanya untuk memuaskan keinginan. Saat ini, banyak perusahaan yang fokus pada produk gaya hidup yang ditujukan untuk pria.

Produk-produk tersebut menarik minat pria untuk mengikuti tren gaya hidup yang terus berkembang. (Akbar, 2021)



Gambar 1.1 Pengguna Vape di Dunia
Sumber : Databoks 2024

Keputusan konsumen dalam memilih produk *vape* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kesehatan, tetapi juga oleh faktor harga, promosi, dan gaya hidup. Harga sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan produk yang ingin dibeli. Konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih produk dengan harga yang sesuai dengan anggaran mereka. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha *vape*, seperti diskon, *bundling* produk, dan hadiah, turut memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Kebiasaan merokok telah menjadi bagian dari gaya hidup yang sulit diubah atau dihentikan. Hal ini mendorong munculnya rokok elektrik atau *vape*

sebagai alternatif untuk membantu berhenti merokok. Vape dianggap sebagai pilihan gaya hidup yang lebih sehat dibandingkan rokok tradisional. Produk ini tidak mengandung zat berbahaya seperti TAR yang terdapat dalam rokok. Beberapa jenis *liquid* (cairan untuk *vaping*) mengandung nikotin, namun banyak juga yang tersedia tanpa kandungan nikotin. Di Indonesia, popularitas *vape* semakin meningkat, didukung oleh berbagai variasi teknologi perangkat, model, ukuran, warna, dan kapasitas baterai yang tersedia. *Vape* juga dapat menyebabkan kecanduan karena sensasi uap yang dihasilkan dalam jumlah besar. Saat ini, *vape* sedang menjadi tren gaya hidup di kalangan masyarakat. Produk ini sangat mudah diperoleh baik di toko *offline* maupun *online*, termasuk melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, dan *Instagram*

Perkembangan teknologi dan modernisasi telah member pengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal gaya hidup (Risnawati et al., 2018). Salah satu tren gaya hidup yang muncul dan berkembang pesat di kalangan anak muda adalah penggunaan rokok elektrik atau yang dikenal dengan istilah *vape*. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan bahaya rokok konvensional dan naiknya harga rokok tembakau, banyak orang beralih ke *vape* sebagai alternatif yang dianggap lebih aman. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya toko-toko *vape* yang tersebar di setiap daerah, salah satunya adalah HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri.

KATALOG HEMAT TENGAH BULAN!			
Jenis	Nama Item	HARGA	BEST OFFER
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	TOAST CHEESE BREAD 3MG 60ML #	130.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	EJM DONUTS STRAWBERRY 60ML 3MG #	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	ES CENDOL 3MG 60ML#	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	ES CENDOL 6MG 60ML#	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	NYC MUNG BEAN SWEET PORRIDGE 60ML 3MG #	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	NYC MUNG BEAN SWEET PORRIDGE 60ML 6MG #	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	NYC MUNG BEAN SWEET PORRIDGE 60ML 9MG #	145.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	A LA CARTE CREAM MOONCAKE 60ML 3MG #	150.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	COFFEEMEL 6MG 60ML#	150.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	DUA GRAPE BUTTER TOAST 3MG 60ML #	150.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	VAPER TREATS USA 60ML CUPCAKE MAN BLUEBERRY 2MG #	165.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB
(B) LIQUID 60ML FREEBASE	VAPER TREATS USA 60ML CUPCAKE MAN STRAWBERRY 2MG #	165.000	GRATIS 2 COIL / HEMAT 110RB

Gambar 1.2 Harga pada HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri

Sumber : Instagram HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri

Peneliti melakukan prasurvey dengan memberi kuesioner kepada beberapa konsumen HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri, hasilnya. menunjukkan bahwa harga yang dominan tidak berbeda jauh dengan pesaing ditambah kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak toko untuk meningkatkan konsumen, dimana sejauh ini hanya promosi terbatas yang dilakukan hanya melalui media sosial saja seperti *Instagram*. Kemudian kurangnya pengaruh gaya hidup juga menjadi salah satu penyebabnya. Maka dari itu, setiap *vapestore* perlu menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenuhi target pasar. Untuk meraih target pasar yang besar, diperlukan strategi yang efektif dari pihak *vapestore*. Mereka harus lebih proaktif dalam mencari peluang dan memanfaatkan kesempatan yang ada. Salah satu faktor utama keberhasilan dalam dunia usaha adalah penetapan harga yang kompetitif. Selain itu, untuk meningkatkan jumlah pengunjung, promosi yang fleksibel dan tepat sasaran sangat dibutuhkan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri, sebagai salah satu gerai yang melayani kebutuhan pengguna *vape*, perlu memahami bagaimana faktor-faktor seperti harga, promosi, dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana harga, promosi, dan gaya hidup berkontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen HOX VAPE STORE. Dengan mengetahui faktor-faktor ini, pihak toko dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1.3 Promosi pada HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri
Sumber : Instagram HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri?

2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri?
4. Seberapa besar pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri.
2. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri.
3. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri.
4. Menguji pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di *HOX VAPE STORE* Cabang Wisma Asri.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian dalam bidang pemasaran, khususnya terkait pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam konteks perilaku konsumen di industri *vape* di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri: Penelitian ini dapat membantu pihak manajemen dalam memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama terkait penetapan harga, kegiatan promosi, dan pemahaman gaya hidup konsumen.
- b. Bagi pelaku usaha di industri *vape*: Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk merancang strategi pemasaran yang relevan dengan target pasar, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.
- c. Bagi konsumen: Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk *vape*, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat sesuai kebutuhan dan preferensi mereka.

1.5 Sistematika Penulisan

- BAB I** Bab ini berisikan latar belakang yang menjelaskan alasan penelitian dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian yang diharapkan.
- BAB II** Bab ini berisikan ulasan teori-teori yang relevan dengan penelitian, kajian penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang digunakan sebagai dasar penelitian.
- BAB III** Bab ini memuat penjelasan mengenai variabel penelitian, termasuk definisi operasional variabel, serta deskripsi jenis data dan sumber data yang digunakan. Selain itu, bab ini juga menjelaskan metode pengumpulan data yang diterapkan serta pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini.
- BAB IV** Bab ini mencakup analisis data dan pembahasan yang terdiri dari profil objek penelitian, pengujian data, hasil analisis, serta pembahasan mendalam terkait hasil analisis tersebut. Selain itu, bab ini juga memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam pokok permasalahan penelitian.
- BAB V** Penutup pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, batasan masalah dari hasil penelitian yang didapat, dan saran dari peneliti.