

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rokok elektrik sudah menjadi fenomena baru dikalangan masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi yang semakin maju, belakangan diketahui bahwa rokok elektrik sudah mulai diminati oleh masyarakat daerah Sumatra Barat khususnya Kota Padang. Perubahan gaya hidup dikalangan pria saat ini khususnya anak muda sedang ramai menggunakan rokok elektrik atau biasa disebut vape. Cara kerja rokok elektrik memang beda dengan rokok tembakau yaitu mengubah cairan (liquid) menjadi uap. Sebagian pengguna rokok elektrik berasal dari orang-orang yang memiliki kebiasaan merokok tembakau lalu mereka pindah menjadi pengguna vape. Sebagian orang menganggap vape sebagai penolong bagi mereka yang kecanduan rokok tembakau supaya berhenti dari merokok tembakau. Alat ini dipasarkan sebagai alternatif yang lebih aman dari rokok tembakau. Namun selain dipercaya memiliki resiko yang lebih sedikit, para remaja yang menggunakan vape dapat menunjukkan bahwa dirinya selalu mengikuti zaman yang terus berkembang.

Penggunaan rokok elektrik atau vape di kalangan masyarakat mulai menjamur sejak beberapa tahun belakangan. Apalagi, beberapa event tentang dunia vape juga sering berlangsung di beberapa daerah Indonesia. Asosiasi Vaper Indonesia perwakilan Sumbar tidak memiliki data pasti pengguna rokok elektrik di Sumbar. Namun secara resmi toko rokok elektrik yang tergabung dalam komunitas yang ada di Sumbar kurang lebih 50 unit.

Rokok elektrik atau vape di gunakan bukan hanya untuk mengurangi kecanduan rokok, tapi juga faktor harga yang relatif murah dibandingkan harus beli rokok tembakau, dan bahkan ada juga yang menggunakan rokok elektrik dari kalangan orang yang tidak merokok karna alasan gaya hidup (*life stye*). Dikalangan masyarakat menggunakan rokok elektrik sudah menjadi sebuah gaya hidup tersendiri buat mereka. Menurut Kotler dan Keller (2009:175) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Hal ini terbukti pada penelitian Suraputra dan Warmika (2017) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian.

Minat beli konsumen terhadap suatu produk menurut Simamora (2002) timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang di inginkan dengan kemampuan untuk membeli. Salah satu hal yang mempengaruhi minat beli adalah harga, menurut Kotler & Amstrong (2001) “harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa”. Dalam penelitian Arif (2017) menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen perusahaan A-36.

Pengetahuan akan suatu produk oleh setiap Konsumen ketika akan membeli suatu produk, perlu memiliki pengetahuan akan suatu produk. Karena dengan mengetahui spesifikasi produk tersebut calon konsumen tidak akan memikirkan dan berpaling kepada merek pesaing. Karena mereka sudah mengetahui jenis, spesifikasi dan popularitas mereknya tersebut. Pengetahuan merek bisa didapatkan dari berbagai cara. mulai dari

*review* kerabat yang sudah membeli atau dari sumber internet. Kesadaran merek merupakan suatu ingatan yang ada pertama kali dalam pikiran konsumen tentang sebuah merek tertentu yang dia sudah rasakan manfaatnya, konsumen mendengar melalui *word of mouth* atau melalui media periklanan. Jika sebuah merek disebutkan dalam suatu percakapan atau obrolan langsung bisa mengingatkan sebuah produk atau mereknya, tentunya sekaligus tersirat kesadaran akan suatu merek dan juga perusahaan harus memunculkan perbedaan mereknya dengan merek dagang lain. Agar bisa menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan penelitian Ogy Irvanto dan Sujana (2020) menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Erida dan Rangkuti (2017) menemukan bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli

Untuk memperkuat fenomena, maka dilakukanlah survei awal kepada 30 orang pengguna rokok elektrik di kota Padang yang berminat terhadap rokok elektrik . Ringkasan data seperti terlihat pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Survei Awal Mengenai Minat Beli Rokok Elektrik**

No	Pernyataan	Jawaban		Persentasi %	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya berminat membeli produk rokok elektrik.	8	22	26,6 %	73,3 %
2	Saya berkeinginan memiliki produk rokok elektrik.	11	19	36,6 %	63,3 %
3	Saya memiliki ketertarikan terhadap produk tersebut.	10	20	33,3%	66,6%
4	Saya memperhatikan produk yang ditawarkan.	6	24	20%	80%

Sumber : data diolah (2019)

Dari tabel 1.1, dapat dilihat data survei awal yang dilakukan terhadap 30 orang responden mengenai minat beli terhadap rokok elektrik di Kota Padang yang studi kasusnya adalah masyarakat kota padang yang menggunakan rokok elektrik. Dari survei tersebut pada item pernyataan pertama, “menyatakan berminat membeli rokok elektrik”, 22 orang (73,3%) menyatakan tidak berminat. Pada item pernyataan kedua “berkeinginan memiliki rokok elektrik”, 19 orang (36.6%) menyatakan tidak berkeinginan untuk memiliki. Pada item pernyataan ketiga, “memiliki ketertarikan terhadap rokok elektrik”, 24 orang (66,6%) menyatakan tidak memiliki ketertarikan. Pada item pernyataan keempat, “memperhatikan saat produk ditawarkan”, 24 orang (80%). menyatakan tidak memiliki perhatian terhadap produk.

Dari data survei awal yang ada di tabel 1.1, terlihat bahwa minat beli para responden terhadap rokok elektrik sangat rendah, sementara berdasarkan harga, gaya hidup, dan manfaat yang diberikan jauh lebih baik rokok elektrik dibandingkan rokok konvensional. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Gaya hidup, Harga dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli Rokok Elektrik di Kota Padang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang?

3. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharap dapat memberi manfaat:

1. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian dibidang pemasaran mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli.

2. Bagi praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi pelaku usaha terutama perusahaan rokok elektrik dalam memahami bagaimana gaya hidup, harga dan pengetahuan produk dapat mempengaruhi minat beli.