

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perilaku merokok masyarakat di Indonesia jika dilihat dari berbagai sudut pandang akan menghasilkan pandangan yang negatif, baik dari sisi kesehatan maupun dari sisi orang lain disekelilingnya. Jika dilihat dari sisi kesehatan, pengaruh bahan-bahan kimia yang terkandung dalam rokok seperti nikotin, tar, dan lain sebagainya akan memicu kinerja dari susunan syaraf pusat mengakibatkan tekanan darah meningkat dan jantung akan bekerja lebih cepat sehingga apabila terus menerus seperti itu, dapat memicu terciptanya berbagai macam penyakit seperti penyakit jantung, paru-paru, dan sebagainya. Serta apabila dilihat dari sisi orang-orang sekitar yang terpapar asap rokok, banyak sekali peristiwa yang mengakibatkan jatuhnya korban jiwa akibat terpapar asap rokok baik secara langsung maupun tidak langsung, terlebih beberapa penelitian mengatakan bahwa orang-orang yang terpapar asap rokok lebih riskan terdampak penyakit kronis daripada orang yang menghisap rokok secara langsung.

Tidak dapat dipungkiri dampak yang ditimbulkan dari efek perilaku merokok terbilang membahayakan, namun perilaku ini dianggap hal yang biasa bagi masyarakat di Indonesia terlebih jumlah pengguna rokok di Indonesia kian waktu kian bertambah. Perilaku merokok di Indonesia menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat Indonesia bahkan dianggap sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan. Kebiasaan merokok ini selain disebabkan dari faktor-faktor dari dalam diri (individu) juga disebabkan dari faktor lingkungan seperti teman agar dianggap sebagai bagian dari komunitas serta dianggap telah dewasa.

Berikut data yang menunjukkan bahwa dampak dari perilaku merokok



dapat meningkatkan jumlah perokok di Indonesia :

### **Gambar 1.1 Jumlah Perokok Indonesia Usia >15 Tahun**

Sumber : [www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id)

Jika dilihat dari diagram diatas, bisa ditarik secara garis besar bahwa jumlah perokok di Indonesia dari tahun ke tahun kian meningkat jumlahnya. Hal tersebut terlihat dari jumlah presentase pada tahun 1995 jumlah perokok di Indonesia sebesar 27% dan 5 tahun kemudian meningkat hingga menyentuh angka 36,3% ditahun 2013 bahkan yang lebih memprihatinkan lagi pada tahun 2016 lalu, jumlah pengguna rokok di Indonesia meningkat hingga 54%.

Menurut spekulasi yang berkembang dimasyarakat, meningkatnya jumlah perokok ini dikarenakan efek ketagihan yang kemudian disebarkan oleh individu yang telah mencoba rokok tersebut kelingkungannya dan memunculkan berbagai macam persepsi dari tiap-tiap individu, ada yang menganggap merokok adalah suatu hal yang dapat membuat dirinya terlihat lebih dewasa, ada yang merasakan sensasi lain dari merokok tersebut, dan banyak lagi macamnya.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap persepsi tiap individu adalah faktor stimuli atau rangsangan, maksudnya adalah dalam faktor ini individu menerima informasi mengenai rokok dari teman dan pengalaman pribadi setelah mengevaluasi informasi tersebut. Persepsi itu sendiri menurut Suharsono dalam buku Sudaryono

(2014:70) adalah “proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungannya, oleh karena itu maka dapat terjadi interpretasi yang berbeda terhadap objek yang sama”. Jadi setelah individu yang menerima informasi tentang rokok ini mencoba dan mendapatkan sensasi lain dari merokok, maka biasanya akan muncul dorongan untuk mulai mengkonsumsi rokok tersebut tanpa mengetahui bahaya apa yang berdampak dari mengkonsumsi rokok tersebut.

Timbulnya perilaku merokok yang akhirnya dianggap sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan, membuat munculnya inovasi teknologi dalam hal merokok ini dengan memunculkan jenis rokok baru yang tidak menggunakan tembakau yaitu jenis rokok elektrik atau yang sekarang disebut *Vape*. Dengan munculnya jenis baru dalam hal merokok ini timbul pula tren baru di berbagai kota di Indonesia yang disebut dengan tren *Vape*. Istilah *Vape* sendiri berasal dari kata *vapor* yang berarti uap dan cara kerja rokok elektrik itu sendiri adalah dengan mengubah bentuk cair / *liquid* menjadi uap yang dihisap sehingga menyerupai asap seperti sedang merokok tembakau. Adanya tren *Vape* ini memunculkan pro dan kontra di masyarakat, namun demikian tren ini semakin menyebar luas dan semakin mendapatkan respon positif dari khalayak ramai disebabkan karena *Vape* sendiri disebut-sebut sebagai salah satu alternatif yang lebih baik untuk mengurangi kebiasaan mengkonsumsi rokok tembakau, walaupun belum ada penelitian yang membuktikan bahwa menggunakan *Vape* lebih baik daripada merokok tembakau.

*Vape* dikatan lebih baik daripada merokok tembakau karena bahanbahan yang terkandung didalamnya sama sekali tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh dan hasil akhir yang dikeluarkan oleh *Vape* adalah uap air bukan asap yang artinya lebih ramah lingkungan daripada rokok tembakau. Sebagai alternatif pengganti rokok tembakau, *Vape* dapat digunakan sebagai media bagi para perokok aktif untuk perlahan-lahan berhenti merokok tembakau.

Efek sensasi yang dihasilkan dari *Vape* ini bagi sebagian kalangan berpendapat bahwa sensasinya hampir sama dengan apa yang didapat dari merokok tembakau, jadi sedikit demi sedikit dapat mengurangi kecanduan akan rokok tembakau. Terdapat *statement* yang mengatakan bahwa *Vape* dapat menggantikan kebiasaan merokok tembakau yang tidak sehat dan berbahaya, meski begitu *Vape* juga tidak bisa dikatakan lebih sehat namun banyak yang beranggapan bahwa *Vape* minimal dapat mengurangi bahaya dari merokok tembakau, karena cairan yang digunakan *Vape* tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh serta setelah menghisap *Vape* dapat mengurangi hasrat untuk merokok tembakau.

Tren *Vape* yang diminati oleh banyak kalangan terutama oleh anak muda ini memunculkan bayaknya persepsi baru dalam hal merokok terlebih malah memunculkan perokok-perokok pemula baru yang awalnya tidak merokok sekarang malah ikut merokok, namun bukan mengkonsumsi rokok tembakau melainkan merokok elektrik / *Vape*. Pandangan masyarakat milenial sekarang ini tentang merokok bisa dibilang masih hampir sama dengan pemikiran masyarakat ditahun-tahun sebelumnya bahwa apabila mereka merokok, mereka dianggap telah dewasa serta mereka akan merasa dianggap oleh satu komunitas ataupun masyarakat sekitarnya padahal banyak hal lain yang bisa dilakukan agar mereka merasa diakui keberadaannya selain dengan cara merokok ini.

Tren produk baru yang sedang ramai biasanya diikuti dengan penjualan yang ramai pula, dalam hal ini *Vape* masuk dalam kategori produk baru. Anggapan ini diperkuat dengan adanya bukti data penjualan dari salah satu toko yang khusus menjajakan barang-barang maupun aksesoris seputar *Vape* atau yang biasa disebut dengan *vapestore*.

Berikut data yang sempat diambil oleh peneliti dari salah satu *vapestore* Vapetoblack, yang berlokasi di Jl. Dr. Krt. Radjiman Widyodiningrat, Cakung, Kota Jakarta Timur. Data berikut ini berdasarkan penjualan pada tahun 2017 dalam satuan pcs, sebagai berikut :



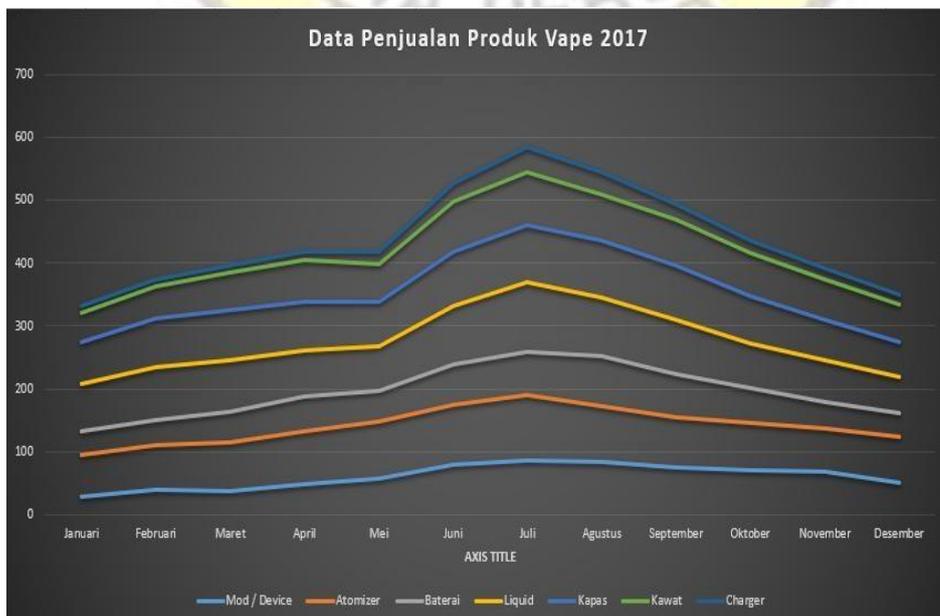
Tabel 1.1 Data Penjualan *Vape* di *Vapestore Vapetoblack* Tahun 2017

No	Bulan per tahun 2017	Jenis Produk (dalam satuan pcs)						
		Mod / Device	Atomizer	Baterai	Liquid	Kapas	Kawat	Charger
1	Januari	30	66	37	76	65	47	10
2	Februari	40	70	40	84	78	52	9
3	Maret	38	77	50	80	80	60	11
4	April	49	85	55	73	77	65	15
5	Mei	58	90	50	70	70	60	20
6	Juni	80	95	65	93	85	79	30
7	Juli	87	103	70	109	91	85	38
8	Agustus	85	87	80	93	90	75	35
9	September	75	80	69	86	87	73	23
10	Oktober	70	77	55	70	76	68	20
11	November	69	69	42	65	65	65	16
12	Desember	51	73	38	58	55	59	15
<b>Total Penjualan 1 Tahun</b>		<b>732</b>	<b>972</b>	<b>651</b>	<b>957</b>	<b>919</b>	<b>788</b>	<b>242</b>

Sumber : Data diolah Peneliti, 2018

Jika dilihat sekilas, data diatas sulit untuk menunjukkan penurunan maupun peningkatan penjualan dikarenakan masih berbentuk angka dalam satuan pcs. Maka dari itu peneliti membuat sebuah grafik untuk memudahkan pembaca melihat secara jelas dimanakah penurunan dan peningkatan penjualan terjadi.

Berikut grafik yang penulis buat untuk memudahkan pembacaan dari data penjualan diatas :



**Gambar 1.2 Grafik Penjualan Vape Pada Toko Vapetoblack Tahun 2017**  
Sumber : Data diolah Peneliti, 2018

Dari uraian data diatas, maka dapat dilihat bahwa penjualan berbagai macam jenis produk *Vape* terbilang cukup meningkat walaupun ada pula fase-fase dimana penjualan tersebut juga menunjukkan penurunannya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor harga. Harga merupakan faktor yang mendukung untuk penjualan *Vape* mengalami penurunan dimana harga *Vape* itu sendiri terbilang cukup mahal untuk sebagian kalangan.

Contohnya untuk menjadi satu kesatuan *Vape* memerlukan setidaknya 6 (enam) *item* yang masing-masing *item* tersebut memiliki harga yang berbeda, berikut harganya :

**Tabel 1.2 Daftar Harga Vape**

No	Nama Barang	Harga / pcs
1	<i>Mod / Device</i>	Rp. 300.000 – Rp. 2.000.000
2	<i>Atomizer</i>	Rp. 250.000 – Rp. 600.000
3	<i>Battery</i>	Rp. 100.000 – Rp. 200.000
4	<i>Liquid / Refil</i>	Rp. 100.000 – Rp. 300.000
5	Kapas	Rp. 25.000 – Rp. 150.000
6	Kawat	Rp. 15.000 – Rp. 25.000
7	<i>Charger</i>	Rp. 150.000 – Rp. 300.000

Sumber : Data diolah Peneliti, 2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa harga yang ditawarkan oleh para pelaku usaha dibidang *Vape* terbilang cukup mahal, apalagi teruntuk kalangan-kalangan menengah kebawah. Harga tersebut hampir semua sama di tiap-tiap toko, karena telah diatur dalam regulasi yang dibuat oleh para pelaku usaha dibidang *Vape* yang dinamakan APVI (Asosiasi Personal Vapor Indonesia). Apabila terdapat toko yang kedapatan menjual barang dibawah harga pasaran, maka toko tersebut akan ditindak oleh asosiasi itu sendiri.

Harga yang ditawarkan oleh penjual dengan nominal yang tinggi ditambah dengan persepsi atau tanggapan dari konsumen terhadap suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. “Harga

(*pricing*) merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang” (Manap, 2016:289).

Hampir semua konsumen sebelum melakukan pembelian pastinya mereka telah memiliki pilihan beberapa produk yang sama sebagai pilihan alternatif, dengan kata lain konsumen yang akan melakukan pembelian harus memiliki lebih dari satu pilihan dari produk yang ada. Bila ditinjau dari alternatif yang ada, dalam proses pengambilan keputusan konsumen harus melakukan pemecahan masalah. Masalah itu muncul dari kebutuhan yang dirasakan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan itu dengan mengkonsumsi produk yang sesuai. Dalam hal ini, konsumen yang memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi produk *Vape* merasa bahwa dengan memutuskan untuk melakukan pembelian produk *Vape* dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang mereka rasakan.

Namun, mengapa konsumen berminat membeli produk *Vape* ini padahal harga yang ditawarkan terbilang mahal serta banyak persepsi yang berkembang dimasyarakat bahwa menggunakan *Vape* sama saja bahayanya dengan mengkonsumsi rokok tembakau. Salah satunya ialah, baru-baru ini pria asal Amerika Serikat bernama Tallmadge D’Elia ditemukan tewas dikarenakan *Vape* yang ia gunakan meledak seketika. Hal ini merupakan salah satu bahaya dari penggunaan *Vape* apabila yang menggunakannya belum mengerti bagaimana seharusnya menggunakan *Vape* tersebut. Dari hal ini, faktor apakah yang mendasari seorang berminat untuk melakukan pembelian dan menggunakan *Vape*, hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian *Vape*.

Dari pernyataan diatas, penulis melakukan survey kepada 20 orang yang menggunakan *vape* di toko Vapetoblack, Cakung, Jakarta Timur, sebagai data observasi kedua setelah dilakukan penyebaran kuesioner agar lebih memperkuat data yang telah

terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner sebelumnya. Dari hasil observasi tersebut, penulis memperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.3 Tanggapan Tentang Persepsi Responden Terhadap Vape**

No	Pertanyaan terkait dengan Persepsi terhadap Vape	Nilai Rata – Rata
1	Saya membeli <i>vape</i> karena ingin dipandang oleh teman-teman saya	4,40
2	Saya membeli <i>vape</i> agar terlihat keren	4,50
3	Saya membeli <i>vape</i> hanya sekedar mengikuti <i>trend</i>	4,30
4	Saya membeli <i>vape</i> untuk berhenti merokok tembakau	4,35
5	Saya membeli <i>vape</i> langsung di tokonya agar mendapat barang yang asli	4,20
	Total	4,35

Sumber : Data diolah Peneliti, 2018

Dari tabel diatas, penulis memberikan 5 (lima) pertanyaan terkait persepsi mereka tentang *vape* dan didapatkan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden adalah sebesar 4,35 yang termasuk kedalam kategori setuju. Artinya secara keseluruhan, responden sangat percaya dan yakin untuk memutuskan membeli *vape*.

Berbicara tentang memutuskan untuk membeli sebuah produk (barang), sebenarnya keputusan pembelian itu sendiri adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu dalam pembelian (Schiffman dan Kanuk dalam jurnal Pertiwi, dkk, 2016:182).

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian *Vape* dengan mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen dan Harga Terhadap**

## **Keputusan Pembelian *Vape*”**

### **1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah**

#### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Harga terhadap *Vape* yang terbilang relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis (rokok tembakau).
2. Adanya pernyataan atau penyuluhan tentang bahaya dari penggunaan *Vape*.
3. Terdapat pula penurunan penjualan *Vape* pada 6 (enam) bulan terakhir di toko Vapetoback.

#### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian.

#### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dengan mempertimbangkan pembatasan masalah diatas maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian *Vape*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian *Vape*?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Vape*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana persepsi konsumen dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap *Vape* di *vapestore* Vapetoblack dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian *Vape* di *vapestore* Vapetoblack.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian *Vape* di *vapestore* Vapetoblack.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Vape* di *vapestore* Vapetoblack.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, yaitu sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai kekuatan sebuah persepsi konsumen, harga dan keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga diharapkan berguna bagi para pembaca dan dapat memberikan referensi pemikiran bagi pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang sama atau ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berhubungan dengan pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri maupun jasa serta sebagai bahan masukan sekaligus pertimbangan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan