

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era digital yang terus menerus berkembang, *platform e-commerce* menjadi salah satu pilihan dalam aktivitas belanja yang dipilih konsumen. Fenomena ini juga menjadi cakupan dalam rokok elektrik (*vape*), dimana mendapat perhatian yang lebih dari konsumen yang mencari alternatif dari rokok konvensional. Salah satu platform terkemuka di Indonesia yaitu Tokopedia telah menyediakan akses yang mudah dan nyaman kepada konsumen untuk berbelanja atau membeli produk-produk rokok elektrik (*vape*). Dalam konteks ini keputusan minat beli konsumen sangat berpengaruh dan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu seperti harga, promosi dan kualitas pelayanan.

Pada *vape* sendiri, harga kerap menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, dan konsumen cenderung membandingkan harga produk yang ditawarkan berbagai *platform e-commerce* sebelum membuat keputusan pembelian. Selain itu terdapat promosi dan penawaran khusus seperti diskon yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian rokok elektrik pada konsumen. Strategi promosi sendiri menjadi pemicu yang kuat untuk meningkatkan minat beli pada konsumen.

Selain kedua hal diatas, yaitu harga dan promosi terdapat kualitas pelayanan produk yang tak kalah penting, kualitas pelayanan produk sendiri mencakup banyak aspek, dimana di dalamnya terdapat garansi produk, kecepatan pengiriman produk, dan respon layanan pelanggan dimana konsumen merasa mendapat pelayanan produk berkualitas tinggi cenderung mendapatkan kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Studi ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan produk terhadap keputusan minat beli rokok elektrik di tokopedia. Dengan dampak variabel-variabel yang diharapkan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terhadap strategi pemasaran yang lebih efektif dan lebih memahami preferensi konsumen.

Terdapat tiga faktor utama dalam penelitian ini yaitu harga yang merupakan persyaratan tukar dalam sebuah transaksi dalam sebuah pembelian, dan harga dapat juga diartikan sesuatu yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk menerima sebuah produk yang dibeli. Selanjutnya terdapat promosi yaitu intensif jangka pendek yang mendorong sebuah pembelian maupun penjualan dari sebuah produk maupun jasa dan yang terakhir yaitu kualitas produk yang merupakan salah satu karakteristik dari produk ataupun jasa yang bergantung kepada kemampuan untuk memuaskan konsumen.

*Vaping* atau penggunaan rokok elektrik telah menjadi tren yang signifikan di kalangan konsumen dewasa. Fenomena ini tidak hanya mencakup produk kesehatan tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat *modern*. Dalam konteks ini, Tokopedia, sebagai salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Indonesia, menjadi salah satu kanal utama bagi konsumen untuk membeli produk-produk *vape*.

Jurnal pembelian *vape* di Tokopedia mencerminkan aktivitas ekonomi yang dinamis di sektor ini. Konsumen cenderung mencari berbagai merek dan model *vape*, *e-liquid*, serta aksesori terkait melalui *platform* ini. Selain itu, Tokopedia memberikan keuntungan tambahan bagi konsumen dengan menyediakan berbagai penawaran, diskon, dan program loyalitas yang dapat meningkatkan daya tarik pembelian.

Peningkatan popularitas *vaping* juga dapat dihubungkan dengan perubahan perilaku konsumen terkait kesadaran akan kesehatan. Banyak individu yang beralih dari rokok konvensional ke rokok elektrik dalam upaya mengurangi dampak buruk asap rokok. Oleh karena itu, jurnal pembelian *vape* di Tokopedia mencerminkan tren perubahan gaya hidup yang berkembang di masyarakat.

Pada penelitian ini menggunakan objek dari *vape* yang di jual di Tokopedia. Peneliti memilih Tokopedia karena Tokopedia adalah satu *E-commerce* di Indonesia yang memperbolehkan kegiatan jual beli *vape* di Indonesia dan tercatat memiliki transaksi jual beli yang besar di antara *e-commerce* lainnya.

Peneliti mengangkat *vape* sebagai objek penelitian karena pada saat ini peminat *vape* di Indonesia memiliki minat yang tinggi, serta menjadi salah satu *trend* dan *lifestyle* baru di Indonesia sendiri. *Vape* dijadikan alat sebagai sarana peralihan dari rokok konvensional dan menjadi daya tarik sendiri bagi kaum milenial sebagai gaya maupun peralihan mereka dari rokok konvensional tersebut.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan objek *vape* di dalam penelitiannya. Peneliti memilih objek *vape* karena *vape* merupakan *lifestyle* baru dan memiliki keunikan sendiri karena merupakan tren tersendiri, terkait pada merek tertentu berdasarkan masing masing pada nilai merek dan tren model berbeda dengan jurnal rujukan yang digunakan oleh peneliti.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adanya pengaruh yang penting antar promo serta harga di dalam keputusan pembelian karena konsumen akan merasa nyaman dengan pelayanan yang didapatkan serta harga yang sebanding dengan apa yang didapatkan. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah harga mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia?
2. Apakah promosi mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia?
3. Apakah kualitas pelayanan produk mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Melakukan analisis terhadap dampak harga mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia.
2. Meneliti dampak yang mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia.

3. Mengkaji pelayanan produk mempengaruhi keputusan minat beli rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang diharapkan memberi manfaat untuk:

##### **1.4.1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu membantu pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya dan membantu untuk mengembangkan ilmu manajemen seperti harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik (*vape*) di Tokopedia.

##### **1.4.2. Secara Praktis**

- Penelitian dapat berguna sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya yang nantinya ingin membuat penelitian sejenis bagi penulis selanjutnya.
- Penelitian ini diharapkan berguna untuk para konsumen sebagai bahan pertimbangan mereka dalam pembelian suatu produk berdasarkan harga, promosi, dan kualitas dari pelayanan.