

PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ROKOK ELEKTRIK DI KOTA PADANG

Jannatul Firdaus¹, Zeshasina Rosha¹, Wiry Utami²,

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Email: firdausjannatul14@gmail.com, zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id,
wiryutami@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan teknologi diketahui bahwa rokok elektrik 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. Penggunaan rokok elektrik atau vape di kalangan masyarakat mulai menjamur sejak bebrapa tahun belakangan. 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..Selain dari gaya hidup, minat beli juga dapat dipengaruhi oleh harga dan pengetahuan akan produk. Menurut Kotler & Armstrong (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”. Peter

dan Olson (2005) menyatakan bahwa pengetahuan produk mengacu pada berbagai jenis pengetahuan, arti, dan kepercayaan yang direkam dalam ingatan konsumen.

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.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang. Metode penarikan sampel adalah *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yaitu minimal berumur 18, berdomisili di Padang, dan perokok.

Teknik Analisa Data menggunakan *software Partial Least Square (PLS)*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian *Independent Sample T-test* (Uji beda T-test)

Arah	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	P Values	Keterangan
Gaya Hidup -> Minat Beli	-0,113	0,840	0,401	H1 Ditolak
Harga -> Minat Beli	0,128	0,772	0,440	H2 Ditolak
Pengetahuan Produk -> Minat Beli	0,329	3,010	0,003	H3 Diterima

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh nilai *original sampel* sebesar -0,113, *T statistik* 0,840 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,401 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Hal ini bermakna bahwa gaya hidup tidaklah mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap rokok elektrik, bagi mereka rokok elektrik menarik dibanding rokok biasa yang akan mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bermakna bahwa masyarakat memang memerlukan pengetahuan mengenai produk yang akan mereka beli

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai *original sampel* sebesar 0,128, *T statistik* 0,772 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,440 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli pelanggan pada rokok elektrik, sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini bermakna bahwa harga tidaklah mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap rokok elektrik.

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai *original sampel* sebesar 0,329, *T statistik* 3,010 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,003 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang, sehingga hipotesis ketiga (H3)

diterima.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang
3. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli rokok elektrik di Kota Padang

Penelitian ini hanya menganalisis gaya hidup, harga, dan pengetahuan produk terhadap minat beli masyarakat. Beberapa hal lain yang dapat disarankan antara lain:

1. Peneliti yang akan datang agar menambahkan sampel sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pelanggan yang lain.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli seperti promosi, tempat, dan referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghazali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [2] Kotler dan Armstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- [3] Kotler, Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [4] Peter & Olson. (2010). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. New York: Mc. Graw Hill.
- [5] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- [6] Tjiptono, Fandy. (2003). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Penerbit Andi.