

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tembakau merupakan salah satu zat adiktif dan konsumsinya dapat menimbulkan risiko kesehatan. Menurut PP No. 19 Tahun 2003, rokok adalah hasil olahan tembakau dalam kemasan *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica* dan tumbuhan lain yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan. Meskipun telah di sampaikan dalam berbagai forum di internet maupun dalam seminar bahaya merokok, tetap saja masih banyak masyarakat menghisap rokok. Merokok telah membunuh lebih dari 7 juta orang setiap tahun di antara 1,1 miliar perokok di seluruh dunia, dan 80% pengguna tembakau tinggal di negara berpenghasilan rendah dan menengah di seluruh dunia. [Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), 2019, Fakta Tembakau]. Bagi pecandu rokok, mencapai suatu tingkat berhenti merokok yang tinggi pada populasi perokok adalah tujuan yang tidak realistis, karena tingkat keberhasilan berhenti merokok sangat rendah, tingkat kekambuhan tinggi, dan banyak orang ingin merokok.

Tingkat keberhasilan berhenti merokok sekitar 10% (Karl Fagerström 2012). Berhenti merokok merupakan hal yang sangat sulit untuk di hilangkan. Kambuh juga merupakan hal yang sangat biasa pada orang yang berhenti merokok (Caponnetto dkk. 2013). Global Youth Tobacco Survey (GYTS) menyatakan Indonesia sebagai negara dengan angka perokok remaja tertinggi di dunia. Selain itu, usia pertama kali mencoba merokok berdasarkan

kelompok umur dan jenis kelamin berdasarkan GYTS 2014, dimana sebagian besar laki-laki pertama kali mencoba merokok pada umur 12-13 tahun, dan sebagian besar perempuan pertama kali mencoba merokok pada umur ≤ 7 tahun dan 14-15 tahun (RISKESDAS 2018).

Indonesia sekarang sangat terancam oleh meningkatnya jumlah perokok, dengan proporsi perokok pria tertinggi di dunia, dan lebih dari 97 juta orang Indonesia diperkirakan akan terpapar asap rokok (RISKESDAS 2018). Tren peningkatan prevalensi merokok lebih menonjol di kalangan anak-anak dan remaja, dengan lebih dari 230.000 kematian setiap tahun akibat konsumsi produk. Menurut (Bray dkk. 2018), kanker paru merupakan penyebab kematian utama, terhitung 12,6% dari seluruh kematian akibat kanker di Indonesia. Menurut Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan, 87% kanker paru-paru terkait dengan merokok.

E-cigarette adalah perangkat elektronik yang melepaskan nikotin tanpa asam tembakau dengan memanaskan larutan nikotin, essence, propilen glikol, dan gliserol (McRobbie dkk. 2014). E-cigarette atau lebih dikenal dengan *Vaporizers* atau rokok elektrik ini tidak mengandung tar dan karbon monoksida yang terdapat pada rokok biasa, sehingga dapat digunakan sebagai alternatif pengganti rokok, namun rokok elektrik tetap mengandung sedikit nikotin (Indra dan Yesi'Hasneli 2015).

Rokok elektrik pertama kali ditemukan oleh Helbert A. Gilbert pada tahun 1963, namun penemuan Helbert A. Gilbert tidak menghasilkan vape, yang sedang trend pada saat itu. Setelah itu, penemuan Hon Lik berkembang dan

Hon Lik juga yang menemukan dan mematenkan rokok elektrik yang akhirnya menjadi tren dan berkembang menjadi vape. Hon Lik dikenal sebagai orang yang menggagas keberadaan rokok elektrik (Sakti, 2016). Pada tahun 2006, berbagai merek dan bentuk rokok elektrik menjadi populer di seluruh dunia.

Sejarah rokok elektrik atau vape pertama kali dibawa ke Indonesia pada tahun 2010. Perkembangan pertama saat rokok elektrik dan vape datang tidak serta merta menjadi terkenal. Bahwa perkembangan rokok elektrik sudah mulai meningkat di Indonesia. Banyak orang di Indonesia saat itu berbondong-bondong membeli dan menggunakan rokok elektrik atau vape untuk menggantikan kebiasaan merokoknya (Sakti, 2016).

Permintaan masyarakat Indonesia akan rokok elektrik terus meningkat. Menjamurnya penjual rokok elektrik menunjukkan bahwa pengguna rokok elektrik semakin banyak. Rokok elektrik saat ini sudah sangat mudah didapatkan dan dijual secara bebas melalui penjualan *online*. Rokok elektrik telah berkembang dengan desain yang berbeda dan banyak rasa. Harga rokok elektrik berkisar dari ratusan ribu rupiah hingga jutaan rupiah, sehingga terjangkau oleh semua kalangan, baik orang yang memiliki kemampuan ekonomi rendah sampai atas. Selain dijual secara *online*, rokok elektrik juga mudah ditemukan di toko-toko atau ditawarkan dalam kegiatan tertentu, seperti *car free day*.

Menurut (BPOM 2017) rata-rata peminat rokok elektrik adalah anak muda. Popularitas rokok elektrik pernah terpuruk karena isu mengenai

dampak negatif yang ditimbulkan oleh rokok elektrik atau *vape*. Dampak buruk yang disampaikan oleh beberapa media berita *mainstream* yaitu dampak rokok bagi perokok pasif yang dapat mengganggu perkembangan otak pada anak dan remaja, meningkatkan risiko penyakit jantung, dan gangguan paru-paru. Namun kini industri rokok elektrik atau *vape* kembali berkembang. Hal ini dikarenakan masalah negatif rokok elektrik tidak terbukti.

Rokok elektrik atau yang sering disebut dengan *vape* ini telah masuk di Kebumen sejak tahun 2017. Saat ini di Kebumen juga telah tersedia banyak toko penjual peralatan *vape*. Peralatan *vape* yang populer digunakan saat ini adalah, *Liquid* (cairan *vape*), *Cartridge* (tempat menampung liquid), dan *Device Vape* (mesin rokok elektrik). Berikut ini adalah data penjualan dari hasil wawancara dengan pihak toko *vape* di Kebumen mengenai penjualan *vape* selama satu minggu dengan estimasi 100 pengunjung dalam satu minggu.

Tabel 1.1

Data Penjualan Vape Di Kabupaten Kebumen

No	Penjualan	Weekdays	Weekends
1	Liquid	26	41
2	Catridge	12	18
3	Vape Device	2	1
Jumlah		100	

Sumber : Data observasi tahun 2023

Data diatas menunjukkan penggunaan *vape* di Kebumen. Berdasarkan data diatas bisa dilihat bahwa penggunaan *vape* di Kebumen belum terlalu besar. Hal yang diduga berpengaruh terhadap *Purchase Decision* yaitu *Healthy*

Lifestyle. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh, Hakkarainen (2016) bahwa dalam jangka panjang, pembelian vape atau rokok elektrik akan meningkat dan memberi alternatif bagi perokok agar tingkat konsumsi rokok tembakau semakin menurun. Dengan memberi perokok alternatif dengan pengiriman nikotin yang efisien memungkinkan perokok dapat memilih *vape* daripada rokok. Pengurangan dampak buruk tembakau akan menghasilkan hasil yang lebih baik jika alternatif tersebut menimbulkan risiko yang jauh lebih kecil daripada merokok tembakau.

Hal lain yang diduga mempengaruhi *Purchase Decision* adalah *Product Quality*. Menurut (Fandy 2015), *Product Quality* atau kualitas produk harus berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Sebagian orang mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang memenuhi atau melebihi keinginan konsumen. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Walukow dan Mananeke (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik produk maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Variasi adalah perilaku konsumen yang berusaha mencari sesuatu variasi produk yang tidak biasa disebabkan rendahnya partisipasi produk (Ervina, 2013). (Mowen, John C, Minor Michael, dan Dwi Kartini Yahya 2012)

mengemukakan bahwa *variety seeking* mengacu pada kecenderungan konsumen untuk mencari dan membeli merek baru secara spontan, meskipun masih puas dengan merek lama.

Selain *Healthy Lifestyle* dan *Product Quality*, hal lain yang diduga berpengaruh pada *Purchase Decision* adalah *Variety Seeking*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jilly (2015) yang menyatakan bahwa semakin luas pilihan produk maka semakin besar pula niat konsumen untuk membeli rokok elektrik.

Mempertimbangkan beberapa teori di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul.

“ANALISIS PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PRODUCT QUALITY*, *VARIETY SEEKING* TERHADAP *PURCHASE DECISION VAPE* DI KABUPATEN KEBUMEN”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan urutan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, beberapa hal yang menarik untuk diteliti seperti, keputusan dalam pembelian *vape* dalam beberapa tahun terakhir dan cara mengonsumsi nikotin yang lebih aman di bandingkan dengan rokok tembakau biasa dengan cara baru. Penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh *Healthy Lifestyle*, *Product Quality* Dan *Variety Seeking* Mempengaruhi *Purchase Decision Vape* di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu, *Purchase Decision Vape* di Kabupaten Kebumen diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni, *Healthy Lifestyle*,

Product Quality Dan Variety Seeking. Hal ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Renée O’Leary dan Riccardo Polosa (2020) dengan judul *Tobacco harm reduction in the 21st century* menggunakan metode *One Sample* menyatakan bahwa ada bukti konklusif bahwa mengganti rokok elektrik dengan rokok konvensional yang sepenuhnya mudah terbakar mengurangi paparan pengguna terhadap berbagai racun dan karsinogen yang ditemukan dalam rokok konvensional yang mudah terbakar. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *Healthy Lifestyle* berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*?
2. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*?
3. Apakah *Variety Seeking* berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*?
4. Apakah *Healthy Lifestyle, Product Quality Dan Variety Seeking* berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka penulis menerapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi untuk pengguna Vape di Kabupaten Kebumen, yang melakukan pembelian pada pada toko U-Ang Vape Kebumen
2. Penelitian ini di batasi pada variabel *Healthy Lifestyle*, *Product Quality* Dan *Variety Seeking* yang berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*. Indikator variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Purchase Decision

Keputusan pembelian adalah keputusan pembelian konsumen tentang merek mana yang akan dibeli. Ketiga definisi para ahli tentang keputusan pembelian menunjukkan bahwa keputusan pembelian merupakan evaluasi konsumen terhadap alternatif produk dalam kaitannya dengan pilihan merek utama menurut aspek-aspek tertentu (Kotler dan Armstrong 2018).

Keputusan Pembelian dalam penelitian ini dibatasi pada indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam buku (Wibowo dan Priansa 2017), yaitu:

- a. Pilihan Produk
- b. Pilihan merek
- c. Memilih pengecer
- d. Waktu Pembelian
- e. Jumlah Pembelian

b. Healthy Lifestyle

Healthy Lifestyle dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut (Kementerian Kesehatan RI 2018), pola hidup sehat mencerminkan gaya hidup keluarga, dimana kesehatan seluruh anggota keluarga selalu diperhatikan dan diperhatikan. Segala jenis perilaku yang sengaja dilakukan agar anggota keluarga atau keluarga dapat membantu dirinya sendiri dalam bidang kesehatan dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan kesehatan masyarakat.

Menurut Magstris dan Gracia (2008) dalam (Suprpto dan Wijaya 2012) Ada beberapa indikator gaya hidup sehat yaitu:

- a. Activity*
- b. Obyek minat dan pendapat
- c. Menghindari makanan sintetis
- d. Minat dalam hal makan sehat
- e. Hubungan antara konsumsi dan kesehatan

c. Product Quality

Produk mempunyai arti penting bagi perusahaan karena tanpa produk perusahaan tidak dapat berbuat apa-apa untuk usahanya. Pembeli membeli produk pada saat dirasa tepat, sehingga agar pemasaran produk berhasil, produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya,

yang meliputi daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemudahan perbaikan produk, di antara atribut produk lainnya (Kotler dan Keller 2013)

Product Quality dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut penelitian (Wijaya 2018) mengatakan unsur-unsur yang dapat dimasukkan untuk memiliki produk yang unggul (faktor kualitas positif/positive quality) adalah sebagai berikut :

- a. Desain yang bagus.
- b. Keunggulan dalam persaingan.
- c. Daya tarik fisik.
- d. Keaslian.

d. *Variety Seeking*

Pemasar perlu menentukan tindakan yang paling tepat untuk pelanggan yang ingin mencoba produk baru. Menurut Wang et al., (2005) dikutip oleh (Krishnan, Chen, dan Paster 2017) definisi kebutuhan untuk mencari keragaman adalah keingintahuan konsumen untuk mencari dan menerima perbedaan, kebaruan dan keragaman dalam produk dan layanan. Variasi adalah kekuatan pendorong yang menciptakan perbedaan individu, ciri kepribadian, dan kebutuhan akan keragaman.

Variety Seeking dalam [enelitian ini dibatasi pada indikator menurut (Mowen, John C dkk. 2012), antara lain:

- a. Kebutuhan akan keragaman
- b. Tidak ada pilihan inovasi
- c. Perbedaan yang dirasakan antar merek

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *Healthy Lifestyle* terhadap *Purchase Decision Vape*.
2. Mengetahui pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision Vape*.
3. Mengetahui pengaruh *Variety Seeking* terhadap *Purchase Decision Vape*.
4. Mengetahui pengaruh *Healthy Lifestyle, Product Quality Dan Variety Seeking* yang berpengaruh terhadap *Purchase Decision Vape*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat penelitian dari aspek teoritis, yaitu. manfaat penelitian sehubungan dengan perkembangan ilmu pengetahuan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat :

- a. Dijadikan bahan referensi dan informasi untuk perbandingan dalam melakukan penelitian dalam bidang yang relevan di masa yang akan datang.

b. Penelitian ini dapat menambah konsep dan teori *Healthy Lifestyle*, *Product Quality* Dan *Variety Seeking* yang berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dijadikan masukan dalam penentuan strategi untuk meningkatkan penjualan *Vape* di Kebumen. Terutama yang dipengaruhi oleh *Healthy Lifestyle*, *Product Quality*, dan *Variety Seeking*.