

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack)

***THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION AND PRICE
ON PURCHASE'S DECISION OF VAPE***

(Case Study on Customer's Vapetoblack Store)



Oleh:

FAUZI FARHAN

2014410151

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi (S1)
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

JAKARTA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fauzi Farhan

NIM : 2014410151

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian A. Rahim, SE, MSI)

(Ellena Nurfazria H, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE (Studi
Kasus Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack)

THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTIONS AND
PRICES ON PURCHASE DECISION OF VAPE
(Case Study On Customer's Vapetoblack Store)

Oleh:

Fauzi Farhan
2014410151

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi (S1)
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Jakarta, 16 Agustus 2018

Ellena Nurfazria H, SE, MM
Pembimbing

Dr. Firsan Nova
Penguji I

Resa Nurlaela A, SE, MM
Penguji II

Ellena Nurfazria H, SE, MM
Penguji III

Dr. Tri Madjoko, SE, MA
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian A. Rahim, SE, MSI
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fauzi Farhan

NIM : 2014410151

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack).**

Yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria H., SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Fauzi Farhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian *Vape*. Penelitian ini dilaksanakan ditoko Vapetoblack Jakarta Timur, dengan populasinya adalah pengguna *Vape* yang sedang mengunjungi toko Vapetoblack. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan pilihan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket (kuesioner) yang diolah secara statistik dengan bantuan SPSS 22 untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

Dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda dan Sederhana yaitu Uji simultan (F) dan Uji parsial (T), dari Hasil Uji Regresi Linear Berganda diperoleh hasil penelitian menunjukkan hubungan antara persepsi konsumen (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan menunjukkan hubungan sebesar 0,697 dan memiliki pengaruh sebesar 48,5% yang artinya bahwa hubungannya sangat kuat. Sedangkan hubungan persepsi konsumen (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,651 dan memiliki pengaruh sebesar 42,4%. Begitu pula untuk variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan sebesar 0,576 dan memiliki pengaruh sebesar 33,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan *Vape* sudah berfikir bahwa *Vape* lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis (rokok tembakau) dengan harga mahal yang ditawarkan oleh penjual, tidak menjadi masalah untuk konsumen membeli *Vape*.

Kata Kunci: *Persepsi Konsumen, Harga, dan Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Vape* (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada, Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazria H., SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini,
2. Bapak Dr. Tri Mardjoko, SE, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
3. Ibu Dian A. Rahim SE, MSI selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini,
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
6. Bunda satu-satunya wanita hebat yang berhasil mewujudkan impian-ku untuk menjadi sarjana. Adik Salsabila terimakasih atas motivasi, doa, dan dukungan yang tiada hentinya. Terima kasih atas semua kasih sayang, doa, nasihat, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh Studi,
7. Teman – teman pendopo ekonomi khususnya Agung, Bogel, Rizky, Anisa, Toing, Hany, Eva, Pampam, Fadly dan teman – teman ekonomi lainnya Wiwid, Ina, Taty,
8. Dinda Laksmi Dewi beserta Keluarga, saya ucapkan terimakasih untuk doa dan segalanya
9. Teman – teman TS Amar, Adit, Nando, Rizky, Dicky, Santo, Frans, Dhani, Yulian, Zihad terimakasih atas dukungan dan pengertiannya selama ini,
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas doa, semangat dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga ALLAH SWT senantiasa membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu saja belum mencapai kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Agustus 2018 Penulis

Fauzi Farhan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	21
2.1.3 Persepsi Konsumen	24
2.1.4 Harga	27
2.1.5 Keputusan Pembelian	31
2.1.6 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.3 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	38
3.2 Operasional Variabel	39
3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data / Informasi	41
3.3.1 Lokasi Penelitian	41
3.3.2 Sumber Data Yang Digunakan	41
3.3.3 Cara Penentuan Data	42
3.3.4 Teknik <i>Sampling</i>	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Penelitian Lapangan	45
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	47
3.5.1 Rancangan Analisis	47
3.5.2 Alat Analisis.....	49
3.5.3 Uji Hipotesis	51
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	53
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	56
4.1 Gambaran Umum <i>Vape</i>	56
4.1.1 Sejarah Singkat Rokok Elektrik / <i>Vape</i>	56
4.1.2 Sejarah Toko Vapetoblack	57
4.1.3 Visi dan Misi	58
4.1.4 Jenis Produk	59
4.2 Hasil Penelitian Karakteristik / Profil Responden	63
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	65
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	66
4.3.1 Variabel Persepsi Konsumen	66
4.3.2 Variabel Harga	72
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	78
4.4 Uji Keabsahan Data	83
4.4.1 Hasil Uji Validitas Persepsi Konsumen	84
4.4.2 Hasil Uji Validitas Harga.....	85

4.4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	85
4.5 Uji Reliabilitas	86
4.5.1 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen	86
4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas Harga	87
4.5.3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	88
4.6 Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	88
4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.6.2 Hasil Uji Hipotesis	89
4.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.6.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	92
4.7 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	97
4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2)	97
4.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	98
4.7.3 Hasil Uji Hipotesis	99
4.7.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	100
4.8 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	101
4.8.1 Koefisien Determinasi (R^2)	101
4.8.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	102
4.8.3 Hasil Uji Hipotesis	104
4.8.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	105
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Vape</i> di <i>Vapestore</i> Vapetoblack Tahun 2017	7
Tabel 1.2 Daftar Harga <i>Vape</i>	9
Tabel 1.3 Tanggapan Tentang Persepsi Responden Terhadap <i>Vape</i>	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Skala Likert Untuk Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	45
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden	46
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	66
Tabel 4.5 Ingin Meningkatkan Status Sosial	67
Tabel 4.6 Meningkatkan Kepercayaan Diri Dilingkungan Sekitar	67
Tabel 4.7 Mengikuti Trend Saat Ini	68
Tabel 4.8 Ingin Terlihat Keren	69
Tabel 4.9 Ingin Berhenti Merokok / Mengonsumsi Tembakau	69
Tabel 4.10 Kepraktisan Penggunaannya	70
Tabel 4.11 Membeli Langsung Di Toko Untuk Mendapatkan Barang Yang Asli.....	71
Tabel 4.12 Barang Rusak Dapat Diganti Jika Membeli Langsung di Toko	71
Tabel 4.13 Harga <i>Vape</i> Relatif Terjangkau	72
Tabel 4.14 Harga <i>Vape</i> Sesuai Dengan Keuangan Penggunanya	73
Tabel 4.15 Harga <i>Vape</i> Sesuai Dengan Kualitas Produk	74
Tabel 4.16 Harga <i>Vape</i> Sesuai Dengan Pengeluaran Penggunanya	74
Tabel 4.17 Harga <i>Vape</i> Lebih Murah Dari Produk Sejenisnya	75
Tabel 4.18 <i>Vape</i> Memberikan Keunggulan Fitur Yang Lebih	76
Tabel 4.19 Harga <i>Vape</i> Sebanding Dengan Manfaat	76
Tabel 4.20 <i>Vape</i> Produk Yang Eksklusif	77

Tabel 4.21 Mengetahui Produk <i>Vape</i> Lebih Jauh	78
Tabel 4.22 Produk <i>Vape</i> Sedang Trend	79
Tabel 4.23 Produk <i>Vape</i> Praktis Dalam Penggunaannya	79
Tabel 4.24 Alternatif Untuk Berhenti Merokok	80
Tabel 4.25 Disarankan Oleh Teman	81
Tabel 4.26 Melihat Teman Menggunakan <i>Vape</i>	82
Tabel 4.27 Tertarik Dengan Sensasi <i>Vape</i>	82
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Persepsi Konsumen	84
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Harga	85
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen	87
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas Harga	87
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	88
Tabel 4.34 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	89
Tabel 4.35 Hasil Uji F Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.36 Hasil Koefisien Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolonieritas Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	94
Tabel 4.38 Hasil Uji Autokorelasi Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	96
Tabel 4.39 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.40 Hasil Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.41 Hasil Uji T Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	99
Tabel 4.42 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	102

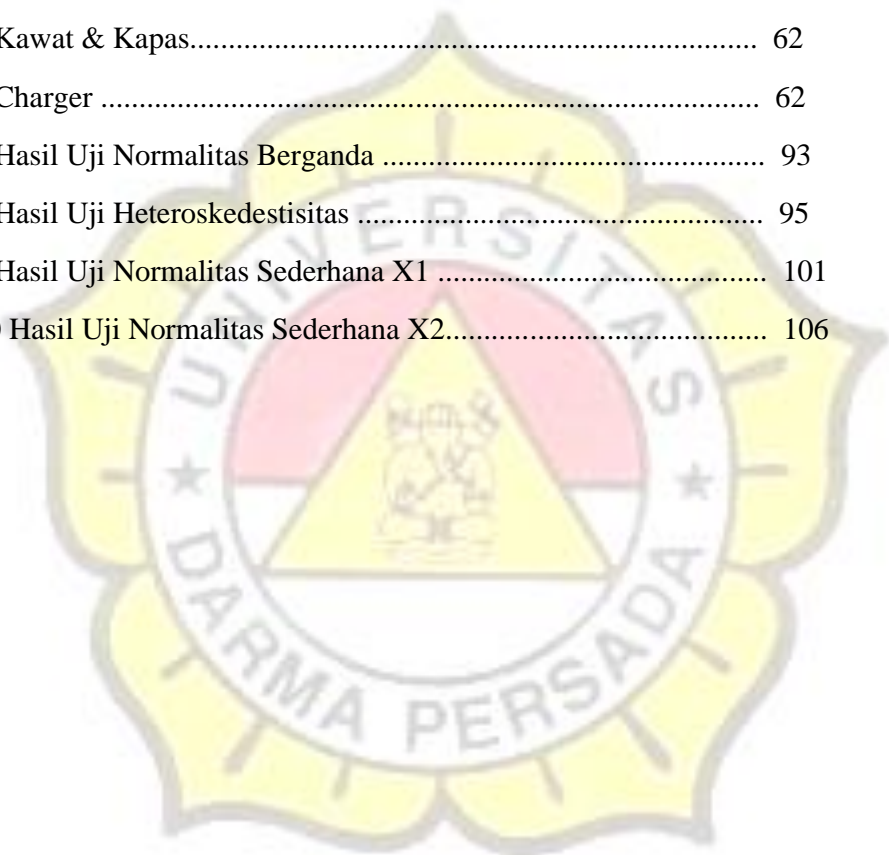
Tabel 4.43 Hasil Koefisien Harga Terhadap Pengaruh Keputusan Pembelian 103
Tabel 4.44 Hasil Uji T Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 104
Tabel 4.45 Hasil Uji Hipotesis 107



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jumlah Perokok Indonesia Usia > 15 Tahun.....	2
Gambar 1.2 Grafik Penjualan <i>Vape</i> Pada Toko Vapetoblack Tahun 2017	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Logo Toko Vapetoblack.....	59
Gambar 4.2 Mod / Device	60
Gambar 4.3 Atomizer & Battery	60
Gambar 4.4 Liquid / Refil	61
Gambar 4.5 Kawat & Kapas.....	62
Gambar 4.6 Charger	62
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Berganda	93
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedestisitas	95
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas Sederhana X1	101
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Sederhana X2.....	106



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	116
Lampiran 2 Data Profil Responden	122
Lampiran 3 Tabulasi Data Persepsi Konsumen.....	125
Lampiran 4 Tabulasi Data Harga	128
Lampiran 5 Tabulasi Data Keputusan Pembelian	131
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	134
Lampiran 7 Hasil Output SPSS Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	135
Lampiran 8 Hasil Output SPSS Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Vape</i>	136
Lampiran 9 Tabulasi Data Pra Survey	137
Lampiran 10 T Tabel	139
Lampiran 11 F Tabel	143
Lampiran 12 R Tabel	146
Lampiran 13 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	149
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	150