

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, rokok elektrik atau vape benar-benar mengalami lonjakan popularitas yang signifikan, terutama di kalangan anak muda dan dewasa awal. Perubahan ini tidak hanya sekadar soal mencari alternatif dari rokok konvensional, tetapi juga mencerminkan perubahan mendasar dalam gaya hidup masyarakat modern. Konsumen saat ini cenderung menginginkan produk yang tidak hanya memberikan nikotin, tetapi juga memiliki nilai estetika, kemudahan penggunaan, dan variasi rasa yang beragam. Tren sosial turut memperkuat fenomena ini, di mana vape sering kali dianggap sebagai simbol status atau bagian dari identitas sosial yang lebih modern dan progresif, terutama dalam komunitas muda.

Perkembangan teknologi dalam industri vape tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga menciptakan berbagai pengalaman baru bagi pengguna. Misalnya, fitur kontrol suhu memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan sensasi dan intensitas uap sesuai selera mereka, sehingga memberikan fleksibilitas yang jauh lebih besar dibandingkan rokok konvensional. Ini juga membantu mengurangi risiko rasa terbakar atau pengalaman tidak nyaman yang sering dialami oleh pemula.

Desain portabel menjadi aspek krusial karena gaya hidup modern menuntut perangkat yang mudah dibawa dan digunakan kapan saja, di mana saja. Vape yang ringan, kompak, dan bergaya juga menyoroti aspek estetika yang penting bagi banyak pengguna, terutama anak muda yang menganggap perangkat tersebut sebagai bagian dari fashion statement mereka. Kemasan yang menarik dan produk dengan berbagai varian rasa—dari buah-buahan, minuman, hingga mentol—membuat vape lebih mudah diterima dan disukai oleh beragam kalangan.

Inovasi ini secara langsung berdampak pada dinamika pasar vape yang terus berubah dan berkembang dengan cepat. Munculnya banyak merek dan model berbeda menciptakan persaingan yang ketat, menjadikan konsumen sebagai pusat perhatian para produsen. Mereka berlomba-lomba menawarkan teknologi terbaru,

kualitas terbaik, dan nilai tambah seperti layanan purna jual atau komunitas pengguna. Kondisi ini memacu pelaku usaha untuk terus berinovasi serta menjaga tingkat keamanan dan kepuasan pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar yang sangat dinamis ini. Dengan demikian, kemajuan teknologi dan inovasi produk menjadi landasan utama dalam memperkuat posisi vape sebagai alternatif gaya hidup modern sekaligus membuka peluang bisnis yang luas di industri yang tengah berkembang pesat.

Anchore Vapestore sebagai contoh pelaku usaha ritel lokal menggambarkan bagaimana tren ini tidak hanya terjadi pada skala nasional atau global, tetapi juga menyentuh komunitas dan pasar lokal. Mereka berperan penting dalam memperkenalkan dan mengedukasi konsumen tentang produk vape, sekaligus menjadi titik temu komunitas pecinta vape yang saling berbagi informasi dan pengalaman. Dari sisi bisnis, pelaku usaha seperti Anchore Vapestore juga menghadapi tantangan regulasi, kebutuhan edukasi konsumen, dan persaingan pasar yang ketat, yang menjadi bagian dari dinamika perkembangan industri rokok elektrik di tingkat lokal.

Secara keseluruhan, fenomena meningkatnya popularitas vape mencerminkan perpaduan antara perubahan budaya konsumsi, inovasi produk, dan kekuatan komunitas sosial yang membentuk tren gaya hidup modern di masyarakat saat ini. Rokok elektrik mulai dikenal sebagai alternatif dari rokok konvensional karena dianggap lebih “aman” dan modern. Selain faktor kesehatan, daya tarik rokok elektrik juga terletak pada variasi rasa, aroma, dan desain perangkat yang menarik. Tak hanya itu, vape juga mulai menjadi bagian dari identitas sosial, di mana penggunaannya tidak lagi sekadar kebutuhan, tetapi juga gaya hidup dan simbol pergaulan.

Rokok elektrik, atau sering disebut sebagai vape, adalah perangkat elektronik yang dirancang untuk menyediakan alternatif rokok tradisional dengan cara menghasilkan aerosol yang mengandung nikotin dan bahan kimia lainnya. Berbeda dengan rokok tembakau konvensional yang mengandung tembakau kering, rokok elektrik beroperasi dengan memanaskan cairan atau e-liquid yang umumnya mengandung nikotin, propilen glikol, gliserin, dan berbagai aroma atau flavor. Pengguna rokok elektrik menghirup aerosol ini melalui perangkat tersebut,

menciptakan pengalaman merokok tanpa pembakaran tembakau dan mengurangi paparan terhadap zat-zat berbahaya yang terkait dengan pembakaran tembakau. Meskipun dianggap sebagai alternatif yang potensial lebih aman, efek jangka panjang dari penggunaan rokok elektrik masih menjadi subjek penelitian dan evaluasi ilmiah lebih lanjut.

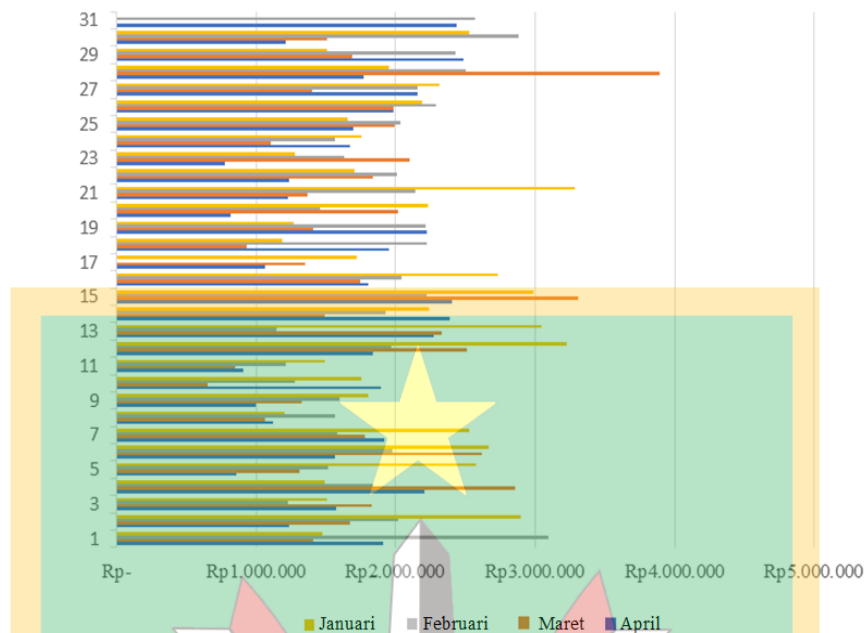
Pada zaman saat ini di tengah evolusi tren konsumen dan kebutuhan yang berkembang, Anchore Vapestore hadir sebagai toko yang tidak hanya melayani sebagai pusat distribusi produk rokok elektrik, tetapi juga sebagai wadah untuk komunitas dan konsumen yang berada di sekitarnya. Hal ini merupakan wujud dari pergeseran gaya hidup yang bertambah modern. Ide berdirinya Anchore Vapestore muncul dari keinginan pemilik toko untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi konsumen yang saat ini semakin tertarik pada rokok elektrik. Dengan memahami bahwa rokok elektrik bukan hanya sekadar produk, melainkan juga representasi gaya hidup yang berkembang, pendiri toko ini berusaha menciptakan lingkungan yang menggabungkan unsur kenyamanan, inovasi, dan sosial.

Rokok elektrik atau *electronic cigarette* sering dipersepsikan lebih aman dibandingkan rokok konvensional, namun penelitian menunjukkan bahwa penggunaannya tetap menimbulkan risiko kesehatan yang signifikan, terutama bagi remaja. Studi Rahmawati & Hanif (2025) menemukan bahwa sentimen publik di Indonesia terkait dampak kesehatan rokok elektrik masih didominasi kekhawatiran mengenai potensi adiksi nikotin dan efek jangka panjang yang belum sepenuhnya terungkap. Penelitian lain oleh Junaidi & Said (2024) menekankan pentingnya edukasi bahaya rokok elektrik kepada anak usia sekolah karena banyak dari mereka yang memiliki persepsi keliru bahwa produk ini tidak berbahaya. Selain itu, Ndun dkk. (2025) mengidentifikasi bahwa faktor sosial dan kepercayaan individu berperan penting dalam perilaku remaja menggunakan rokok elektrik, yang dapat berimplikasi pada peningkatan prevalensi di masa mendatang. Dengan demikian, rokok elektrik tidak bisa dianggap sebagai alternatif sehat, melainkan memerlukan regulasi dan intervensi edukatif yang lebih kuat untuk mencegah dampaknya.

Kelebihan Anchore Vapestore tidak hanya terletak pada produknya, tetapi juga pada atmosfernya yang ramah dan penuh semangat. Toko ini berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi komunitas *vape* lokal, menyelenggarakan acara-acara sosial, seperti *workshop*, pertemuan komunitas, dan kompetisi *cloud-chasing*. Dengan demikian, Anchore Vapestore tidak hanya menjadi tempat berbelanja, tetapi juga sebagai pusat pertukaran pengetahuan dan pengalaman di antara para penggemar rokok elektrik. Terlepas dari evolusi peraturan dan pandangan masyarakat tentang rokok elektrik, Anchore Vapestore terus beradaptasi dan berinovasi. Dengan mengutamakan kepuasan pelanggan dan menjaga kualitas produk, toko ini berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu destinasi terkemuka dalam industri rokok elektrik. Dengan visi yang jelas dan komitmen terhadap pelayanan pelanggan, Anchore Vapestore tetap menjadi salah satu pionir dalam merangkul tren konsumen yang terus berkembang.



Penjualan Rokok Elektrik di Anchore Vapestore pada Kuartal 1 2025



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Rokok Elektrik di Anchore Vapestore

Gambar 1.1 menyatakan bahwa penjualan dari bulan Januari hingga April 2025 menunjukkan pola yang fluktuatif, di mana setiap tanggal memiliki nilai penjualan yang berbeda-beda tanpa kecenderungan yang konsisten. Terdapat lonjakan signifikan pada beberapa hari tertentu, seperti tanggal 27 Maret yang mencatatkan penjualan tertinggi mendekati Rp5.000.000, sementara di hari-hari lainnya penjualan justru berada di bawah Rp1.000.000. Pola ini tampak di hampir semua bulan, dengan Maret menjadi bulan yang paling menonjol dalam variasi penjualan, sedangkan Februari cenderung lebih stabil namun dengan nilai penjualan yang lebih rendah. Secara keseluruhan, grafik ini mencerminkan kondisi penjualan yang tidak merata dan berubah-ubah setiap harinya.

Untuk mengatasi fluktuasi penjualan yang tidak menentu, perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang lebih terencana, seperti mengidentifikasi pola penjualan tertinggi untuk menentukan waktu terbaik dalam melakukan promosi, memberikan penawaran khusus atau diskon pada hari-hari dengan penjualan rendah, serta meningkatkan aktivitas pemasaran digital guna menarik konsumen secara konsisten. Selain itu, evaluasi berkala terhadap faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi penjualan, seperti tren pasar, kompetitor, dan perilaku

konsumen, juga penting dilakukan agar strategi penjualan dapat disesuaikan secara dinamis dan tepat sasaran.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri rokok elektrik (vape) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu indikatornya adalah menjamurnya vape store di berbagai kota besar hingga menengah, termasuk *Anchore Vapestore* yang menjadi salah satu pusat perbelanjaan produk rokok elektrik yang cukup populer di kalangan anak muda.

Fenomena ini tidak lepas dari perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi milenial dan Gen Z, yang cenderung mencari produk yang tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga memiliki nilai estetika, tren, dan identitas sosial. Rokok elektrik kini tidak hanya dilihat sebagai alternatif rokok konvensional, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup modern dan mengikuti tren kekinian.

Rokok elektrik, yang awalnya hanya diposisikan sebagai alternatif dari rokok konvensional, kini mengalami transformasi makna menjadi simbol gaya hidup modern. Konsumen muda melihat rokok elektrik sebagai bagian dari ekspresi diri dan cara untuk mengikuti tren kekinian, bukan sekadar alat untuk memenuhi kebutuhan nikotin. Fenomena ini mencerminkan bagaimana keputusan pembelian semakin dipengaruhi oleh aspek emosional dan sosial, sehingga strategi pemasaran pun perlu menyesuaikan diri dengan pendekatan yang lebih lifestyle-oriented dan berorientasi pada pembentukan citra diri konsumen.

Hidayat dan Nugroho (2021), keputusan pembelian adalah proses yang dilalui konsumen mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan untuk membeli dan evaluasi pasca-pembelian. Proses ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, dan pengalaman, serta faktor eksternal seperti pengaruh sosial dan kondisi ekonomi. Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian, seperti Bandwagon effect, gaya hidup, dan pendapatan.

Pengaruh sosial (*bandwagon effect*) merujuk pengertian banyaknya konsumen yang membeli rokok elektrik karena tren dan pengaruh lingkungan sosial yang menganggap rokok elektrik sebagai gaya hidup kekinian. Tay (2020), *bandwagon effect* merupakan fenomena sosial di mana individu terdorong untuk mengikuti tren

atau perilaku mayoritas karena adanya tekanan sosial dan keinginan untuk diterima dalam kelompok. Dalam konteks konsumen, hal ini membuat individu membeli produk yang sedang populer agar tidak merasa ketinggalan zaman dan memperoleh status sosial.

Fauzan dan Lestari (2022) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola perilaku dan kebiasaan individu dalam menjalani kehidupannya yang berpengaruh pada preferensi dan perilaku konsumsi. Gaya hidup yang modern dan dinamis mendorong konsumen untuk memilih produk yang dianggap mencerminkan citra dan status sosial mereka, termasuk produk rokok elektrik. Gaya hidup konsumen yang ingin menunjukkan citra diri yang modern dan mengikuti perkembangan teknologi cenderung memilih rokok elektrik.

Faktor lainnya sebagai pengaruh keputusan pembelian, ialah pendapatan. Suryanto (2022) mengemukakan bahwa pendapatan merupakan faktor ekonomi penting yang memengaruhi kemampuan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Pendapatan yang lebih tinggi biasanya berbanding lurus dengan daya beli dan kecenderungan memilih produk dengan kualitas atau fitur yang lebih baik. Konsumen dengan berbagai tingkat pendapatan membeli rokok elektrik sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka, dimana pendapatan berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian produk ini.

Keputusan konsumen dalam membeli rokok elektrik tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, namun juga oleh faktor-faktor psikologis dan sosial. Salah satu faktor yang muncul adalah *bandwagon effect*, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk karena mengikuti tren atau orang lain di sekitarnya. Selain itu, gaya hidup modern juga mendorong konsumen untuk memilih produk yang dianggap mencerminkan citra diri dan status sosial. Di sisi lain, pendapatan konsumen tetap menjadi variabel penting dalam pertimbangan pembelian, walaupun tidak selalu menjadi penentu utama.

Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai seberapa besar pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap keputusan pembelian, terutama dalam konteks lokal seperti di Anchore Vapestore. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan memengaruhi konsumen dalam membeli rokok elektrik.

Dengan adanya latar belakang di atas, penulis mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh *Bandwagon Effect*, Gaya Hidup Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik Di Anchore Vapestore”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulisan mencoba menggali lebih jauh dan mengambil rumusan masalah antara lain:

1. Apakah *bandwagon effect* berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Anchore Vapestore?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap rokok elektrik di Anchore Vapestore?
3. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Anchor Vapestore?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berlandaskan perumusan masalah yang sudah di jelaskan, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Bandwagon Effect* terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Anchore Vapestore.
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Anchore Vapestore.
- c. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Anchore Vapestore

2. Manfaat Penelitian

Setiap kegiatan yang dilakukan hendapknya memiliki manfaat bagi pihak yang melakukan maupun pihak lain. Adapun kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Perusahaan (Anchore Vapestore)

Penelitian ini membantu Anchore Vapestore memahami pengaruh bandwagon effect, gaya hidup, dan pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat dan sesuai dengan karakteristik target pasar.

b. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini menambah literatur di bidang pemasaran dan perilaku konsumen, serta dapat dijadikan referensi bagi dosen dan mahasiswa dalam kegiatan akademik maupun penelitian lanjutan yang relevan dengan tren gaya hidup dan konsumsi.

c. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini memberikan penulis pengalaman dalam melakukan riset ilmiah dan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, yang berguna sebagai bekal di dunia akademik maupun profesional.

