

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo

Asho Risani¹, Mahyus²

^{1,2}Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

* Corresponding Author

Email : ashorisani017@gmail.com

Kata Kunci:

Harga;
Kualitas Produk;
Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menguji dan menganalisis : (1) Untuk mengetahui pengaruh harga rokok elektrik berpengaruh terhadap kualitas produk. (2) Untuk mengetahui pengaruh harga rokok elektrik berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo. (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk rokok elektrik berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo. (4) Untuk mengetahui harga dan kualitas produk rokok elektrik berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kualitas produk dengan nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikan 0,001 < 0,05. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi 0,813 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. (3) Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dengan keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi 0,821 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. (4) Harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi 0,001 < 0,05.

A. PENDAHULUAN

Pengusaha dan pelaku bisnis dituntut untuk mampu mengikuti arah perkembangan zaman yang modern dan pesat, hal ini mengakibatkan dimana barang tradisional beralih ke barang modern. Salah satu yang menjadi contoh nyata ialah adanya perkembangan teknologi yang mengubah rokok tradisional atau rokok tembakau menjadi rokok elektrik yang disebut vape.

Pada saat ini rokok elektrik dengan perlahan-lahan telah menggeser kedudukan dari rokok konvensional atau rokok tembakau, karena masyarakat beranggapan bahwa rokok elektrik atau vape lebih aman dan dapat mengatasi kecanduan seseorang terhadap zat nikotin yang terkandung dalam rokok konvensional atau rokok tembakau. Vape memiliki berbagai macam komponen inti dan juga komponen-komponen pendukung lainnya, seperti MOD (mesin vape), baterai (sebagai sumber daya), dan atomizer (tempat pemanasan liquid).

Sebagian dari masyarakat Indonesia saat ini sudah menjadikan merokok, menjadi salah satu gaya hidupnya. Era modern seperti sekarang, merokok sudah tidak hanya dilakukan oleh pria dewasa namun merokok juga sudah menjamur pada kalangan anak muda baik perempuan ataupun laki-laki, namun masih didominasi oleh kalangan laki-laki.

Merokok adalah salah satu kebiasaan yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga ditempat manapun pasti akan menemukan seseorang yang merokok baik laki-laki, perempuan, anak kecil, remaja, tanpa terkecuali orang kaya maupun orang miskin. Sebagian besar masyarakat sebenarnya sudah tahu bahaya akan merokok, namun nyatanya merokok sudah menjadi kebudayaan.

Dengan semakin banyaknya masalah rokok yang ada di Indonesia, baru-baru ini muncul suatu tren di Indonesia yaitu penggunaan rokok elektrik. Rokok elektrik merupakan salah satu jenis rokok yang tengah menjadi fenomena baru di kalangan masyarakat. Sebagai perangkat dan teknologi baru, rokok elektrik menarik dan membuat rasa ingin tahu pada masyarakat. WHO (World Health Organization) mengatakan rokok elektrik sebagai Elektronik Nicotine delivery System (ENDS). Rokok elektrik dirancang untuk menghasilkan uap nikotin tanpa pembakaran tembakau dengan tetap memberi sensasi merokok.

Rokok elektrik kini telah menjadi fenomena baru dikalangan masyarakat milenial di Indonesia. Beberapa periode ini rokok elektrik sudah mulai diminati oleh masyarakat terutama pada perkembangan gaya hidup kekinian dikalangan pria. Vape dirancang untuk memberikan nikotin tanpa pembakaran tembakau dengan tetap memberikan sensasi merokok pada penggunaanya.

Penemuan Rokok Elektrik Pertama Pada tahun 1963, sebuah paten diajukan oleh seorang warga negara Amerika bernama Herbert A. Gilbert untuk sebuah perangkat yang menyerupai rokok elektrik modern saat ini. Penemuannya, yang dikenal sebagai rokok non-tembakau tanpa asap, bekerja dengan cara memanaskan cairan beraroma dan menghasilkan uap beraroma, tetapi sayangnya Herbert tidak meraih kesuksesan komersial pada saat itu.

Kemudian budaya vape di Indonesia mulai muncul sekitar tahun 2013-2014. Vaping mendapatkan popularitas dengan sangat cepat di tanah air berkat perkembangan teknologi sosial media sehingga mengakselerasi penyebaran vape dari Cina dan Amerika Serikat, dan Indonesia serta Malaysia kemudian menjadi salah satu pasar terbesar produk rokok elektrik dan perangkat vaping di Asia Tenggara. Munculnya beragam komunitas-komunitas vape juga menjadi pertanda bahwa vapers di Indonesia terus berkembang jumlahnya.

Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan budaya vape di Indonesia, antara lain:

1. Pengaruh media social
2. Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Budaya Vape Di Indonesia
3. Budaya merokok
4. Peluang wirausaha
5. Kurangnya regulasi
6. Vapers di Indonesia saat ini

Konsep Harga

Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2019 :430). Harga didefinisikan dengan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau memperoleh suatu produk. Konsumen akan mempertimbangkan harga sebelum memutuskan pembeliannya dan konsumen pun akan membandingkan harga dengan pilihan produk mereka berikutnya akan mengevaluasi kesesuaian harga dengan nilai produk serta jumlah uang yang dikeluarkan.

Sedangkan menurut (Alma, 2018:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Kotler dan Armstrong (2019:278) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.
3. Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain dengan produk yang sejenis.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:3) menyatakan bahwa bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk, antara lain:

1. Manusia

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

2. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produksi dalam perusahaan dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Group.

3. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produknya.

4. Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi terhadap kualitas produk yang dihasilkan suatu perusahaan

5. Mesin dan Peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang kurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan serta tingkat efisiensi yang rendah

Konsep Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu Tindakan atau perilaku konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak suatu produk (Mahyus 2022).

Keputusan pembelian adalah langkah dalam proses pengambilan keputusan oleh pembeli di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian produk. Dalam tahap ini, konsumen menyadari masalah yang dihadapinya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik setiap alternatif dapat menyelesaikan masalah tersebut, yang akhirnya mengarah pada keputusan untuk membeli.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku Pasca Pembayaran.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Proses yang melibatkan pengamatan langsung dilapangan untuk mengumpulkan informasi yang relevan terkait objek penelitian. Dalam konteks ini peneliti terlibat langsung dilapangan, mengamati objek penelitian dan mencatat informasi yang diperoleh dari pengamatan langsung.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2019).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik

Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali 2019:135).

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2019:132).

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui kenormalan data tentang harga, kualitas produk dengan keputusan pembelian (Nadhar and Azis 2019). Uji normalitas yang digunakan adalah uji grafik Normality probability Plot dengan ketentuan yang digunakan adalah, sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik maka menunjukkan pola distribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari sekitar garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik maka tidak menunjukkan pola distribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji Multikolonieritas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2019).

c. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2019). Heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola scatterplot yang dihasilkan melalui program SPSS.

Uji Hipotesis

1. Uji Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi dengan menggunakan uji koefisien korelasi yang dimaksud adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel X (harga dan kualitas produk) dengan variabel Y (Keputusan pembelian).

Menurut Suliyanto (2018) untuk penentuan keeratan hubungan digunakan kriteria, sebagai berikut:

Kriteria Koefisien Korelasi Pearson

Nilai Pearson Correlation	Kriteria
0,00 s.d 0,29	Korelasi sangat lemah
0,30 s.d 0,49	Korelasi lemah
0,50 s.d 0,69	Korelasi cukup
0,70 s.d 0,79	Korelasi Kuat
0,80 s.d 1,00	Korelasi sangat kuat

Untuk menguji tingkat signifikansi hubungan variabel X dengan Y dilihat dari pengujian berdasarkan nilai uji probabilitas, antara lain:

- a. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka hipotesis ditolak
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis diterima

2. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara bersama-sama atau simultan dengan variabel dependen.

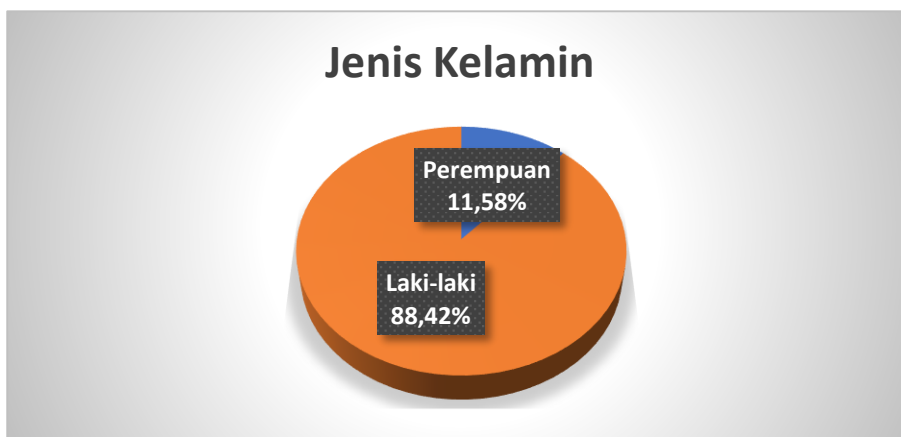
Pengujian signifikan terhadap korelasi ganda dilihat dari pengujian berdasarkan hasil uji nilai sig F change, sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig F change $< 0,05$ maka hipotesis diterima
- b. Jika nilai sig F change $> 0,05$ maka hipotesis ditolak

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

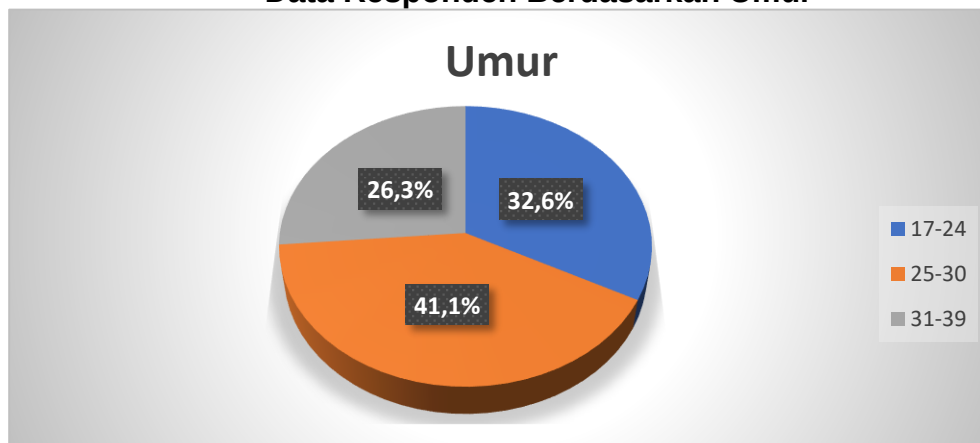
Karakteristik Responden

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



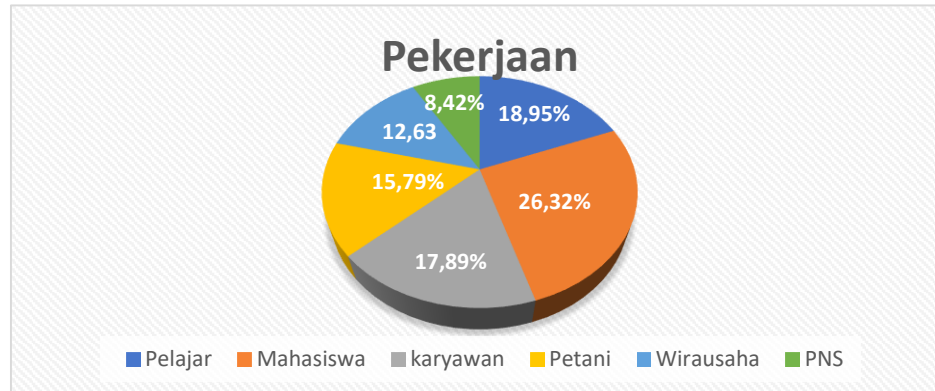
Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, jumlah responden laki-laki jauh lebih banyak dibandingkan dengan perempuan. Dengan jumlah persentase perempuan sebanyak 11,58% dan laki-laki dengan jumlah persentase 88,42%.

Data Responden Berdasarkan Umur



Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, responden yang berusia 17-24 tahun dengan persentase 32,6%, responden yang berusia 25-30 tahun dengan persentase 41,1% dan responden yang berusia 31-39 tahun dengan persentase 26,3%.

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan



Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, responden mulai dari pekerjaan pelajar dengan persentase 18,95%, mahasiswa dengan persentase 26,32%, karyawan dengan persentase 17,89%, petani dengan persentase 15,79%, wirausaha dengan persentase 12,63% dan PNS dengan persentase 8,42%.

Hasil Penelitian

a. Uji Analisis Korelasi *Pearson*

Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis pada variabel X terhadap variabel Y, menggunakan rumus korelasi *product moment*. Dalam perhitungannya menggunakan program SPSS *version 29*. Adapun hasil uji hipotesis yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Analisis Korelasi *Pearson* X1 Dengan X2

Correlations			
		HARGA	KUALITAS PRODUK
HARGA	Pearson Correlation	1	.786**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	95	95
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Analisis Korelasi *Pearson* X1 Dengan Y

Correlations			
		HARGA	KEPUTUSAN PEMBELIAN
HARGA	Pearson Correlation	1	.813**
	Sig. (2-tailed)		<,001

	N	95	95
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Hasil Uji Analisis Korelasi *Pearson X2 Dengan Y*

Correlations			
		KUALITAS PRODUK	KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.821**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	95	95
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Menurut Suliyanto (2010) untuk penentuan keeratan hubungan antara variabel X dengan variabel Y digunakan kriteria, antara lain:

0,00 s.d 0,29	Korelasi sangat lemah
0,30 s.d 0,49	Korelasi lemah
0,50 s.d 0,69	Korelasi cukup
0,70 s.d 0,79	Korelasi Kuat
0,80 s.d 1,00	Korelasi sangat kuat

Sedangkan pengujian tingkat signifikansi hubungan variabel X dengan Y dilihat dari pengujian berdasarkan uji *probabilitas*, antara lain:

1. Jika nilai *probabilitas* > 0.05 maka Hipotesis diterima
2. Jika nilai *probabilitas* < 0,05 maka Hipotesis ditolak

Pengujian Hubungan Variabel X terhadap variabel Y

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kategori	<i>Probabilitas</i>	Kesimpulan
Harga dengan kualitas produk	0,786	Kuat	0,001	Signifikan
Kualitas produk dengan harga	0,786	Kuat	0,001	Signifikan
Harga dengan keputusan Pembelian	0,813	Sangat kuat	0,001	Signifikan
Kualitas produk dengan keputusan pembelian	0,821	Sangat kuat	0.001	Signifikan

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas, hubungan yang terjadi antara variabel X (harga dan kualitas produk) memiliki hubungan yang signifikan karena nilai *probabilitasnya* lebih kecil dari 0,05, dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Variabel harga dengan kualitas produk (X1 dengan X2)

Dari hasil pengolahan variabel harga terhadap kualitas produk memiliki nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk.

2) Variabel kualitas produk dengan harga (X2 dengan X1)

Dari hasil pengolahan variabel harga terhadap kualitas produk memiliki nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk.

3) Variabel harga dengan Keputusan pembelian (X1 dengan Y)

Dari hasil pengolahan variabel harga memiliki nilai koefisien korelasi 0,813 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

4) Variabel kualitas produk dengan Keputusan pembelian (X2 dengan Y)

Dari hasil pengolahan variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien korelasi 0,821 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

b. Analisis Korelasi Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara bersama-sama atau simultan dengan variabel dependen. Dalam perhitungannya menggunakan program SPSS version 29, sebagai berikut:

Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.865 ^a	.748	.742	2.26598	.748	136.212	2	92	<.001
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA									

untuk penentuan keeratan hubungan antara variabel X dengan variabel Y digunakan kriteria, antara lain:

0,00 s.d 0,29	Korelasi sangat lemah
0,30 s.d 0,49	Korelasi lemah
0,50 s.d 0,69	Korelasi cukup
0,70 s.d 0,79	Korelasi Kuat
0,80 s.d 1,00	Korelasi sangat kuat

Sedangkan pengujian signifikan terhadap korelasi ganda dilihat dari pengujian berdasarkan hasil uji nilai sig F change, sebagai berikut:

1. Jika nilai sig F change > 0,05 Hipotesis ditolak
2. Jika nilai sig F change < 0,05 Hipotesis diterima

Pengujian Hubungan Variabel X terhadap variabel Y

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kategori	sig F change	Kesimpulan
Harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian	0,786	Kuat	0,001	Signifikan

Berdasarkan tabel pengujian diatas, hasil uji analisis korelasi berganda variabel harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian memiliki nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Artinya harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

Pembahasan:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan hasil analisis korelasi pearson bahwa harga memiliki nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 serta tingkat signifikan $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis korelasi pearson bahwa harga memiliki nilai koefisien 0,813 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis korelasi pearson bahwa kualitas produk memiliki nilai koefisien korelasi 0,821 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

4. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi berganda variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki nilai koefisien

korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, H_0 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Desa Mattirowalie Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

C. SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kualitas produk. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa harga terdapat pengaruh yang signifikan antara keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien korelasi 0,813 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa kualitas produk terdapat pengaruh signifikan antara keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi 0,821 dengan asumsi 0,80 s.d 1,00 (sangat kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$.
4. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi 0,786 dengan asumsi 0,70 s.d 0,79 (kuat) serta tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$.

D. SARAN

1. Peniti selanjutnya untuk topik yang serupa dapat menambah variabel penelitian lainnya selain variabel harga dan kualitas produk. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pembelian rokok elektrik yang mana dapat menyempurnakan penelitian berikutnya.
2. Bagi pengguna rokok elektrik harap memperhatikan kualitas dan keamanan produk. Gunakan produk rokok elektrik yang telah teruji kualitas dan keamanannya. Pilih cairan rokok elektrik dari produsen yang terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2019. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta
- Ghozali, Imam. 2019. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: UNDIP
- Kotler, P dan Armstrong. 2019. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Mahyus. 2022. "Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan ... YUME: Journal of Management Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Enak Sayang Kedai Di Kota Makassar." *YUME: Journal of Management* 5(2):155–69. doi: 10.37531/yume.vxix.345.
- Nadhar, Muhammad, and Abd Azis. 2019. "Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Guru Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Baba Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang." *Movere Journal* 1(1):33–48. doi:

10.53654/mv.v1i1.31.

Sugiyono. 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi ke-2 Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset