

ANALISIS KRITERIA KUALITAS VAPE BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN DI KOTA BATAM

Ais Muabdi S¹, Citra Indah Asmarawati²

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

² Dosen Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

email: pb160410115@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This study was conducted to analyze differences in consumer preferences in determining the quality and attitudes of consumers towards vape attributes in the city of Batam. The research was conducted in Batam Kota sub-district in June 2023. The method in this study uses a survey method with interviews based on a list of questions on a questionnaire. The sample was determined by random sampling method with 168 samples. The analysis used in the research is Chi Square analysis and Fishbein Multi-attribute. Chi Square analysis shows that apart from the comparison between prices below three hundred thousand rupiahs and between three hundred thousand rupiahs to seven hundred and fifty thousand rupiahs there is a difference of 95% confidence level. This means that there are differences in consumer preferences on vape. Multi-attribute Fishbein analysis shows that there are three attributes that get good consideration and two attributes get sufficient consideration in determining the quality of vape. The order of vape attributes from the highest consideration to the lowest consideration in determining vape quality is the availability of spare parts, product design, battery life, brand and price.

Keywords: customer preferences, quality, vape

PENDAHULUAN

Di Indonesia, perkiraan kematian dini yang diakibatkan oleh perilaku merokok mencapai 239.000 jiwa setiap tahun (Sugiharti, 2015). Berbagai penelitian telah membuktikan bahwa asap tembakau diketahui mengandung lebih dari 4000 bahan kimia dan 69 diantaranya adalah penyebab kanker. Asap rokok tersebut dapat membahayakan kesehatan perokok aktif maupun perokok pasif. Sehingga anak-anak berpeluang menjadi perokok pasif maupun aktif (Salawati & Indrawati, 2015).

Sebagai alternatif rokok, vape adalah pilihan yang paling menyerupai rokok

dimana cara menggunakan vape adalah dengan menghirup uap air yang dihasilkan dari pemanasan, kemudian mengeluarkan uap tersebut dari tubuh melalui mulut atau hidung. Menurut Byerne dalam (Hayati, 2020) penggunaan vape lebih efektif dalam mengurangi jumlah merokok konvensional/tembakau. Karena memiliki komposisi bahan-bahan yang lebih sehat daripada rokok tembakau, vape dipromosikan lebih aman bagi kesehatan. Diketahui vape juga mengeluarkan uap air dan bukan asap sehingga dinilai lebih aman bagi lingkungan sekitar. Sebagai alternatif pengganti rokok tembakau, vape juga

bisa dipakai menjadi alat bagi para perokok tembakau untuk perlahan-lahan berhenti merokok. Sensasi yang didapat dari vape hampir sama dengan rokok konvensional sehingga perokok dapat sedikit demi sedikit mengurangi ketergantungannya dengan menggunakan vape (Bahtiar & Rahardja, 2017).

Menurut komunitas Batam Vape *Community* diperkirakan pengguna vape di kota Batam berada di kisaran lebih dari 2 ribu orang. Vape memiliki banyak bentuk dan jenis, ada yang besar dengan daya yang kuat, ada yang kecil berbentuk seperti korek dan ada pula yang berbentuk menyerupai *powerbank* ponsel. Karena banyaknya bentuk dan jenis ini, pelaku usaha mengalami kesulitan untuk menentukan perilaku konsumen dalam memilih vape yang disukai. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen ialah dengan mengetahui preferensi konsumen. Untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen dalam memilih vape berdasarkan kombinasi atribut suatu produk bisa dilakukan dengan menggunakan analisis multiatribut *fishbein*.

Dari penjabaran masalah diatas, yang merupakan tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk menganalisa variasi dari preferensi konsumen yang ada di Kota Batam dalam menentukan kualitas produk vape, dan menganalisis sikap konsumen yang ada di Kota Batam terhadap berbagai atribut produk vape.

KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas

Menurut tjiptono dalam (Afnina & Hastuti, 2018) kualitas adalah usaha dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan, yang mencakup dari barang, jasa, manusia, proses, dan

lingkungan. Kualitas juga bias diartikan sebagai kemampuan produk baik barang maupun jasa menampilkan fungsinya.

kualitas produk merupakan tanda atau karakteristik suatu produk yang mempengaruhi keandalannya untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen baik yang diungkapkan maupun yang tersirat (Estu Mahanani, 2018).

Kualitas merupakan sesuatu yang ditentukan oleh pelanggan, dimana pelanggan ingin produk baik berupa barang maupun jasa bias memenuhi harapan dan keinginan diri saat pelanggan mengeluarkan harga untuk menunjukkan nilai produk tersebut. Sebab itu produk baik berupa barang ataupun jasa yang berkualitas harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Sebuah produk dapat dikatakan berkualitas apabila dapan sesuai dengan selera konsumen sehingga bisa memberikan sebuah rasa puas kepada diri konsumen.

2.2 Atribut produk

Atribut produk merupakan poin-poin atau suatu perspektif yang termuat dalam sebuah produk yang pada akhirnya akan menjadi tolak ukur dalam menentukan kualitas dan selanjutnya memilih produk tersebut. Atribut produk terbagi dua yaitu: atribut produk teknis dan atribut produk non teknis. Atribut produk teknis pada sebuah produk cuma memperlihatkan kegunaan atau fungsi produk tersebut. Sementara itu atribut produk non teknis, tidak cuma menunjukan kegunaan saja, namun juga daya beda dan daya pikat pada sebuah produk (Estu Mahanani, 2018).

2.3 Preferensi konsumen

preferensi konsumen ialah penentuan suka atau tidak sukanya konsumen kepada produk yang digunakan. Preferensi memperlihatkan hal yang

disukai konsumen dari beragam produk yang ada. Pemahaman tentang preferensi konsumen memiliki tujuan untuk memberikan strategi pemasaran secara kontinu agar produk yang diperdagangkan tetap diperhatikan oleh konsumen. (Muhammad dan Putu, 2019).

Preferensi konsumen masuk pada tahap evaluasi alternatif dalam proses pertimbangan pembelian, dimana dalam tahapan pembelian konsumen menemui bermacam-macam pilihan produk dengan beragam atribut yang berbeda-beda. Naka dari itu, dapat disimpulkan bahwasanya preferensi aialah suatu pilihan yang menjadi keputusan konsumen dari beragam pilihan yang tersedia.

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilkakukan di Kecamatan Batam Kota pada bulan juni 2023.

3.2 Jenis dan sumber data

Data yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer yaitu data hasil wawancara dan pengumpulan kuesioner. Data sekunder yaitu data hasil dari membaca jurnal ilmiah dan artikel-artikel di internet.

3.3 Teknik pengumpulan data

Pada penenlitan ini peneliti mengumpulkan data melalui *interview* dan penyebaran kuesioner dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

3.4 Teknik penentuan sampel

Populasi pada penelitian ini ialah pengguna vape yang ada di kecamatan batam kota yang berjumlah 289 orang. Responden pada penenlitan ini merupakan pengguna vape yang ada di kecamatan batam kota yang bersedia untuk mengisi lebar pertanyaan pada kuesioner yang disebar oleh peneliti.

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini, peneliti memakai teknik *random sampling*(penentuan sampel acak). Teknik *random sampling* ialah teknik memilih sampel secara kebetulan dan acak pada siapa saja yang dirasa peneliti cocok untuk menjadi responden.

Banyaknya sampel pada penelitian ini adalah 168 responden, yang ditentukan menggunakan rumus slovin dimana

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

dimana:

n = sampel

N = populasi

e² = toleransi error

$$167,78 = \frac{289}{1 + 289 \times 0,05^2}$$

Kuisioner dijalankan dan wawancara dilakukan di berbagai lokasi di kecamatan batam kota, kepada pengguna produk vape.

3.5 Metode analisis data

Pada penelitian kali ini, peneliti memakai dua metode analisis yakni analisis *chi square* dan analisis multiatribut *fishbein*. Analisis chi square adalah jenis uji yang memakai skala data ordinal yang dilakukan pada dua variabel, yang mana skala data kedua variabel tersebut adalah nominal(Amrullah et al., 2020). Analisis *chi square* pada penelitian kali ini digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan preferensi konsumen diantara atribut produk. Rumus yang digunakan adalah :

$$X^2 = \sum \frac{fo - fh^2}{fh}$$

X² = Chi Square

Fo = Frekuensi yang didapatkan dari populasi atau sampel yang diteliti

Fh = Frekuensi yang diharapkan dalam sampel dari frekuensi yang diharapkan dalam populasi



Frekuensi yang diharapkan diperoleh dengan:

$$fh = \frac{\text{total baris}}{N}$$

Analisis multiatribut *fishbein* pada penelitian ini dimanfaatkan untuk menentukan sikap yang diambil konsumen tentang atribut produk vape. Multiatribut *fishbein* adalah analisis untuk menilai sikap konsumen kepada suatu produk melalui evaluasi terhadap kepercayaan kepada suatu atribut produk (Putri, 2019). Rumus analisis multiatribut *fishbein*:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n bi.ei$$

Keterangan

A_0 = sikap yang diambil pelanggan terhadap produk vape
 B_i = tingkat keyakinan peanggan bahwa vape yang dipilih memiliki atribut tertentu (atribut ke – i)
 e_i = tingkat evaluasi pelanggan kepada atribut ke-i yang dimiliki vape
 n = Jumlah atribut vape

3.6 Definisi variabel

Pada penelitian kali ini ada 5 variabel yang diamati yaitu: 1)harga 2)desain

3)merk 4)ketahanan baterai
 5)ketersediaan sukucadang

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Preferensi konsumen mengenai produk vape

Preferensi responden mengenai vape adakah pilihan suka atau tidaknya seseorang mengenai produk pilihan vape yang digunakan. Pilihan itu berbeda antara tiap responden. Preferensi responden mengenai produk vape di Kecamatan Batam Kota bisa dianalisis menggunakan metode analisis Chi Square. Preferensi dari responden saat memilih vape di Kecamatan Batam Kota bisa kita ketahui dari para responden yang memilih berbagai atribut dari vape yang sedang diamati yangmana atribut yang dimaksud yaitu harga, desain, merk, ketahanan baterai, dan ketersediaan sukucadang. Dari uji Chi Square ditemukan sebenarnya preferensi dari responden mengenai produk vape di Kecamatan Batam Kota menunjukkan hasil sebagai yang tertera pada tabel dibawah:

Tabel 1. Hasil uji Chi Square Pada Atribut Produk Vape

Atribut	Poin atribut	probabilitas	ulasan
Harga	H1 dengan H2	0.050	tidak berbeda
	H2 dengan H3	0.000	berbeda
	H3 dengan H1	0.000	berbeda
Desain	D1 dengan D2	0.000	berbeda
	D2 dengan D3	0.000	berbeda
	D3 dengan D1	0.004	berbeda
Merk	M1 dengan M2	0.004	berbeda
	ketahanan baterai	B1 dengan B2	0.000
ketersediaan sukucadang	K1 dengan K2	0.001	berbeda
	K2 dengan K3	0.000	berbeda

K1 dengan K3 0.000 berbeda
(Sumber: Data Penelitian, 2023)

Dengan melihat data pada tabel diketahui bahwa hanya satu atribut pada produk vape yang tidak memiliki perbedaan, yaitu atribut harga pertama dan kedua atau antara harga dibawah tiga ratus ribu rupiah dengan harga antara tiga ratus ribu rupiah sampai dengan harga tujuh ratus lima puluh ribu rupiah. Selain dari atribut harga pertama dan kedua, atribut atribut lainnya

memiliki perbedaan preferensi yang jelas bagi responden.

Selanjutnya bisa kita lihat pada tabel 2 produk vape yang disukai oleh konsumen ialah produk vape yang memiliki harga dibawah tiga ratus ribu rupiah, memiliki desain yang simpel dan tidak mencolok, produk vape yang dikeluarkan oleh merk atau *brand* internasional, yang memiliki ketahanan baterai yang lama dan dengan sukucadang yang mudah diperoleh.

Tabel 2. Preferensi Konsumen mengenai Atribut Vape

atribut produk vape	preferensi konsumen
Harga	< Rp.300.000,-
desain	simpel dan tidak mencolok
Merk	merk internasional
ketahanan baterai	ketahanan baterai lama
ketersediaan sukucadang	sukucadang mudah diperoleh

(Sumber: Data Penelitian, 2023)

4.2 Keyakinan dan evaluasi terhadap atribut-atribut produk vape
Indeks sikap konsumen (Ao) didapatkan dengan mengalikan angka dari tingkat kepercayaan (bi) dengan nilai kepentingan (ei) kepada atribut produk vape. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat

pada produk vape yang meliputi harga, desain, merk, ketahanan baterai dan ketersediaan sukucadang. indeks sikap responden kepada atribut yang diperhatikan dalam keputusan menentukan kualitas produk vape bisa kita lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Keyajian Dan Evaluasi Terhadap Produk Vape

atribut	bi	ei	Ao	sikap	peringkat
harga	3,86905	3,464285714	13,4035	cukup	5
desain	4,1131	3,886904762	15,9872	baik	2
merk	3,69048	3,880952381	14,3226	cukup	4
baterai	3,78571	4,214285714	15,9541	baik	3
ketersediaan	3,83929	4,178571429	16,0427	baik	1

(Sumber: Data Penelitian, 2023)

indekator sikap responden kepada atribut-atribut yang diperhatikan dalam menetapkan ketentuan menentukan kualitas vape berurutan dari yang tertinggi sampai dengan yang terendah yaitu ketersediaan sukucadang sebesar 16,04, desain sebesar 15,99, ketahanan baterai sebesar 15,95, merk sebesar 14,32 dan terakhir harga sebesar 13,40. Jika dilihat menurut urutan, makin besar nilai Ao maka atribut vape yang bersangkutan menempati urutan pertama yang banyak diperhatikan responden, begitupun yang selanjutnya. Data pada tabel 3 memaparkan bahwasanya yang menempati urutan pertama merupakan atribut ketersediaan sukucadang, urutan selanjutnya ialah desain produk, peringkat ke tiga adalah ketahanan baterai, selanjutnya adalah merk suatu produk dan peringkat kelima atau yang terakhir adalah harga.

SIMPULAN

Dari preferensi konsumen untuk menentukan kualitas vape, vape dinilai berkualitas apabila memiliki harga yang berada dibawah tiga ratus ribu rupiah, memiliki desain yang simpel dan tidak mencolok, berasal dari merk atau *brand* internasional, memiliki daya tahan baterai yang lama dan memiliki sukucadang yang mudah untuk diperoleh.

Adanya perbedaan preferensi konsumen pada atribut-atribut vape yang dipertimbangkan pengguna vape dalam menentukan kualitas, yangmana atribut yang paling diperhatikan adalah ketersediaan sukucadang, desain produk, dan ketahanan baterai. Sementara untuk atribut merk dan harga mendapatkan pertimbangan yang cukup dari konsumen dalam menentukan kualitas vape.

Sikap konsumen mengenai atribut vape yang paling diperhatikan pada keputusan menentukan kualitas adalah ketersediaan sukucadang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Amrullah, A. Z., Sofyan Anas, A., & Hidayat, M. A. J. (2020). Analisis Sentimen Movie Review Menggunakan Naive Bayes Classifier Dengan Seleksi Fitur Chi Square. *Jurnal*, 2(1), 40–44.
<https://doi.org/10.30812/bite.v2i1.804>
- Bahtiar, A., & Rahardja, E. (2017). Pengaruh Brand Equity , Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Pada Vape Store 5Time). 6, 1–10.
- Estu Mahanani. (2018). Pengaruh citra merek, Kualitas produk, Harga dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2.
- Hayati, D. N., Kristina, S. A., & Prabandari, Y. S. (2020). Gambaran Ketergantungan Nikotin pada Rokok Elektronik/Vape Dikalangan Mahasiswa Yogyakarta. *Majalah Farmaseutik*, 16(2), 170.
<https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v16i2.52211>
- Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *With The Process Analytical Hierarchy Process Method (Study On Consumers Bersambung*. 6(1), 936–946.

Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Managment Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 159–177.
<https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>

Salawati, T., & Indrawati, N. D. (2015). Tahap Analisis Untuk Pengembangan “ Asetaro ” Komik Pendidikan Kesehatan Untuk Anak Tentang Bahaya Merokok. *The 2 Nd University Research Coloquium* 2015.

Sugiharti, L., Sukartini, N. M., & Handriana, T. (2015). Konsumsi Rokok Berdasarkan Karakteristik Individu di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1), 34–45.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/>

article/view/16489/10792

	<p>Biodata Penulis pertama, Ais Muabdi S merupakan mahasiswa Teknik Industri Universitas Putera Batam</p>
	<p>Biodata Penulis kedua, Citra Indah Asmarawati, merupakan Dosen Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam. Penulis banyak berkecimpung di bidang Teknik industri</p>