

INTISARI

Penelitian ini berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Berpindah Produk dari Rokok Konvensional ke Rokok Elektrik.” Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh setiap variabel dalam suatu fenomena. Penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2018. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 338 responden yang berusia 18 - 50 tahun, yang merupakan pengguna rokok konvensional, dan pengguna rokok elektrik. Data, yang diperoleh pada penelitian ini, diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan teknik analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berpindah produk. Semakin baik inovasi yang diberikan akan menguatkan konsumen untuk berpindah produk. Kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan konsumen untuk berpindah produk. Semakin banyak saran yang didapat oleh konsumen untuk menggunakan produk rokok elektrik akan menguatkan konsumen untuk berpindah produk. Proses belajar sangat perlu sebelum konsumen memutuskan untuk berpindah atau tidak. Proses belajar dan harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada keputusan konsumen untuk berpindah produk. Pada penelitian ini, mencari variasi tidak berpengaruh pada keputusan konsumen untuk berpindah produk. Berdasarkan hasil survei, mencari variasi bukan merupakan penentu utama bagi konsumen untuk berpindah produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh keputusan konsumen untuk berpindah produk dari rokok konvensional ke rokok elektrik tidak ditentukan oleh proses belajar, mencari variasi, dan harga melainkan ditentukan oleh inovasi produk dan kelompok referensi.

Kata kunci: Inovasi produk, proses belajar, kelompok referensi, mencari variasi, dan harga.

ABSTRACT

The title of this research is "Factors Influencing Consumer Decision to Do Product Switching from Conventional Cigarettes to Electric Cigarettes." In general, the purpose of this research is to examine the influence of every variable in a phenomenon. This research was started in March 2018. This research uses survey method by distributing questionnaires to 338 respondents whom are 18 - 50 years old, conventional cigarette users, and electrical cigarette users. The data of this research was processed by using SPSS software with logistic regression analysis technique. The results of this research indicate that a product innovation significantly affects consumer decision to do product switching. The better the innovation provided, it will strengthen consumers' will to do product switching. Reference group has a significant positive effect on consumer decision to do a product switching. The more suggestions they get for using electric cigarette products, it will strengthen consumers' will to do product switching. Learning process is needed before consumers decide to move or not. Learning process and a price have a positive but insignificant effects on consumer decision to do product switching. In this research, variety seeking has no effect on consumer decision to do product switching. Based on the survey, a variety seeking is not the main determinant that make the consumers do product switching. This study concludes that factors influencing consumer decision to do product switching from conventional cigarettes to electric cigarettes are not determined by learning process, variety seeking, and price, but they are determined by product innovation and reference group.

Keyword: Product innovation, learning process, reference group, variety seeking, and price.