

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Studi pada Vape Store 5Time**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Reguler Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

AHMAD BAHTIAR

NIM. 12010110141119

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ahmad Bahtiar
Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141119
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VAPE (Studi pada Vape Store
5time)**
Dosen Pembimbing : **Dr. Edy Rahardja, SE., M.Si.**

Semarang, 5 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,

(Dr. Edy Rahardja, SE., M.Si.)

NIP. 197004251997021001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Ahmad Bahtiar
Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141119
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VAPE (Studi pada Vape Store
5time)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 September 2017

Tim Penguji

1. Dr. Edy Rahardja, SE., M.Si. (.....)
2. Dra. Rini Nugraheni, M.M. (.....)
3. Dra. Hj. Intan Ratnawati, M.Si. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, Bahtiar, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH BRAND EQUITY, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE (Studi pada Vape Store 5time)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 5 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,

Ahmad Bahtiar

NIM : 12010110141119

ABSTRACT

Problems that occur is the sale of vape with the original brand does not show increase from month to month, exactly in May to July decreased. Though currently vape trend is getting in demand so consumers who are looking for vape pretty much. Based on the results of prasurey conducted, it appears that the decline in sales is allegedly caused by the strength of the original brand is not very good, the original vape price is considered expensive and the distribution of goods that are less evenly distributed. This study aims to analyze the influence of brand equity, price and distribution of the original vape purchase decision in Semarang.

The population used in this study is all Vape consumers in Semarang. The sampling technique used is purposive sampling. Sampling criteria were 96 vape consumer in Semarang. Methods of data collection in this study using questionnaires. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis.

Based on the results of brand equity, price and distribution have a positive effect on the purchase decision of original vape in Semarang. The original vape purchase decision in Semarang can be explained by brand equity, price and distribution of 81%.

Keywords: brand equity, price, distribution, purchase decision

ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi adalah penjualan vape dengan merk yang original tidak menunjukkan peningkatan dari bulan ke bulan, justru pada bulan Mei hingga Juli mengalami penurunan. Padahal saat ini trend vape sedang mulai diminati sehingga konsumen yang mencari vape cukup banyak. Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan, terlihat bahwa penurunan penjualan ini diduga disebabkan oleh kekuatan merk original yang tidak terlalu baik, harga vape original yang dinilai mahal dan distribusi barang yang kurang merata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand equity*, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian vape original di Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini k seluruh konsumen Vape di Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria sampel yang diambil adalah 96 orang konsumen vape di Semarang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil *brand equity*, harga dan distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian vape original di Semarang. Keputusan pembelian vape original di Semarang mampu dijelaskan oleh *brand equity*, harga dan distribusi sebesar 81%.

Kata kunci: *brand equity*, harga, distribusi, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama dan khususnya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini diberi judul **“PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE (Studi pada Vape Store 5time)”**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat sarjana pada Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini khususnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Karunia, Rahmat, Taufik, Hidayah serta Inayah-Nya.
2. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, ME. Selaku Kepala Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Dr. Edy Rahardja, SE., M.Si. Selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai selesai.
5. Ibu Dr. Hj. Indi Djastuti, M.Si. selaku Dosen wali atas bimbingan dan nasehat dan ilmu - ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasehat, bekal ilmu hidup, dan segalanya sehingga penulis dapat melewati segala sesuatu dalam menjalankan hidup.

8. Adeku Ahmad Yusuf yang terus memberi doa dan semangat.
9. Terimakasih Hasan, Caur, Gandi, Jhonatan, Thomas untuk waktu, dukungan, dan semangatnya.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan dengan yang lebih baik.

Demikian penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan guna perbaikan selanjutnya serta semoga bermanfaat.

Semarang, 5 Agustus 2017

Ahmad Bahtiar

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa mendengar dengan telinga, maka ia akan menjadi tukang cerita. Barang siapa memperhatikan dengan hatinya, maka ia akan mendapatkan banyak ilmu (manfaat). Dan barang siapa memberi nasehat dengan perbuatannya maka sesungguhnya ia adalah orang yang memberi petunjuk”

(Imam Syafi’i)

“Ilmu itu bukan sesuatu yang dijaga tapi sesuatu yang menjaga dan bermanfaat”.

Persembahan

- Bapak Arif Romdhon
- Ibu Endang Sugiarti
- Dik Ahmad Yusuf
- Bude Fatchatun
- Istriku Yenny Retno Anggraeni
- Teman dan sahabat terbaikku

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	14
2.1.3 <i>Brand equity</i>	18
2.1.4 Harga.....	25
2.1.5 Distribusi.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Hubungan Logis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	35
2.3.1 Pengaruh <i>Brand equity</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.3 Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.....	36

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.3 Jenis Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Skala Pengukuran Variabel	44
3.6 Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	51
4.1.2 Lama Menggunakan	52
4.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	52
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Brand equity</i>	53
4.2.2 Deskripsi Variabel Harga.....	54
4.2.3 Deskripsi Variabel Distribusi	54
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan pembelian.....	55
4.3 Analisis Kuantitatif.....	56
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	58
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.3.4 Pengujian Hipotesis	62
4.3.5 Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	64
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	64
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Pengaruh <i>Brand equity</i> terhadap Keputusan pembelian	65
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian.....	66
4.4.3 Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan pembelian.....	67

BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN 1	
LAMPIRAN 2	
LAMPIRAN 3	
LAMPIRAN 4	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Vape Tahun 2016.....	4
Tabel 1.2 Prasurvey Alasan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran.....	41
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan Lama Responden Menggunakan	52
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Indikator <i>Brand equity</i>	53
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Indikator Harga.....	54
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Indikator Distribusi	55
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Indikator Keputusan pembelian.....	55
Tabel 4.7 Uji Validitas	57
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Glejser.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Penjualan Vape Tahun 2016	4
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Atribut <i>Brand equity</i>	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi dengan Output SPSS

Lampiran 4 Data Pendukung Lainnya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku merokok dilihat dari berbagai sudut pandang sangat merugikan, baik untuk diri sendiri maupun orang di sekelilingnya. Dilihat dari sisi individu yang bersangkutan, ada beberapa riset yang mendukung pernyataan tersebut. Dilihat dari sisi kesehatan, pengaruh bahan-bahan kimia yang dikandung rokok seperti nikotin, CO (Karbonmonoksida) dan *tar* akan memacu kerja dari susunan syaraf pusat dan susunan syaraf simpatis sehingga mengakibatkan tekanan darah meningkat dan detak jantung bertambah cepat, menstimulasi penyakit kanker dan berbagai penyakit yang lain seperti penyempitan pembuluh darah, tekanan darah tinggi, jantung, paru-paru, dan bronchitis kronis (Komalasari dan Helmi, 2000).

Tidak ada yang memungkiri adanya dampak negatif dari perilaku merokok tetapi perilaku merokok bagi kehidupan manusia merupakan kegiatan yang *'fenomenal'*. Artinya, meskipun sudah diketahui akibat negatif dari merokok tetapi jumlah perokok bukan semakin menurun tetapi semakin meningkat dan usia merokok semakin bertambah muda (Kurniafitri, 2015). Perilaku merokok saat ini dianggap sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan. Perilaku merokok merupakan fungsi dari lingkungan dan individu. Artinya, perilaku merokok selain disebabkan factor-faktor dalam diri juga disebabkan oleh factor lingkungan seperti teman dan ingin dianggap sebagai bagian dari komunitas (Lestari dkk, 2013).

Indonesia saat ini menduduki ranking pertama dalam jumlah perokok disusul Rusia ranking kedua, kemudia Cina, Filipina, dan Vietnam. Sebanyak dua dari tiga laki-laki di Indonesia adalah perokok. Keadaan ini semakin mengkhawatirkan, karena prevalensi perokok perempuan turut meningkat dari 4,2% pada tahun 1995 menjadi 6,7% pada tahun 2015. Dengan demikian, pada 20 tahun yang lalu dari setiap 100 orang perempuan Indonesia 4 orang di antaranya adalah perokok, maka dewasa ini dari setiap 100 orang perempuan Indonesia 7 orang di antaranya adalah perokok. Lebih memprihatinkan lagi adalah kebiasaan buruk merokok juga meningkat pada generasi muda. Data Kemenkes menunjukkan bahwa prevalensi remaja usia 16-19 tahun yang merokok meningkat 3 kali lipat dari 7,1% di tahun 1995 menjadi 20,5% pada tahun 2015. Dan yang lebih mengejutkan, lebih mengejutkan adalah usia mulai merokok semakin muda (dini). Perokok pemula usia 10-14 tahun meningkat lebih dari 100% dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun, yaitu dari 8,9% di tahun 1995 menjadi 18% di tahun 2015. (<http://www.depkes.go.id/>).

Adanya perilaku merokok sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan, serta melihat adanya bahaya dari merokok yang cukup tinggi, membuat munculnya inovasi teknologi dalam hal merokok dengan produk rokok elektrik atau vaporizer elektrik yang biasa disebut vape. Saat ini adanya produk vape menyebabkan munculnya tren di berbagai kota di Indonesia yang disebut “vaping” (<http://www.kompasiana.com/>). Nama Vaping sendiri berasal dari kata Vapor yang berarti uap. Memang cara kerja rokok elektrik sendiri adalah mengubah cairan menjadi uap yang menyerupai asap seperti sedang merokok.

Meskipun menuai pro dan kontra, namun vaping semakin menyebar dan kian disukai oleh masyarakat karena vaping sendiri disebut-sebut sebagai alternatif merokok yang lebih sehat.

Karena mengandung bahan-bahan yang lebih aman dibandingkan dengan rokok tembakau, vaping dipromosikan lebih aman untuk kesehatan. Selain itu rokok elektronik juga menghasilkan uap air bukan asap sehingga aman untuk lingkungan sekitar. Sebagai alternatif pengganti rokok tembakau, Vaping dapat digunakan sebagai media bagi para perokok aktif untuk perlahan-lahan berhenti merokok. Sensasi yang diberikan rokok elektrik hampir sama dengan rokok tembakau sehingga perokok dapat sedikit-sedikit mengurangi kecanduannya dengan menggunakan vaping ini (<http://jakartavenue.com/>). Dipercaya bahwa vape dapat menggantikan kebiasaan merokok yang tidak sehat dan berbahaya. Meskipun juga tidak bisa dikatakan nge-vape itu baik dan sehat, banyak yang menganggap minimal mengurangi risiko bahaya dari merokok, karena cairan vape tidak mengandung tar dan juga setelah menghisap vape dapat menghilangkan hasrat untuk merokok bahkan merokok jadi tidak enak hingga akhirnya berhenti merokok.

Gaya hidup vaping yang diminati oleh banyak kalangan terutama anak muda ini memunculkan banyaknya produk vape dengan berbagai macam merk dengan kisaran Rp. 750.000 hingga lebih dari Rp. 2.000.000. Merk yang ada pun beragam dari merk original hingga merk yang kw seperti Innokin Itazte, Ego, Evod, Kamry dan Spinner. Permasalahan pada penjualan vape saat ini adalah penjualan vape dengan merk yang original tidak menunjukkan peningkatan dari

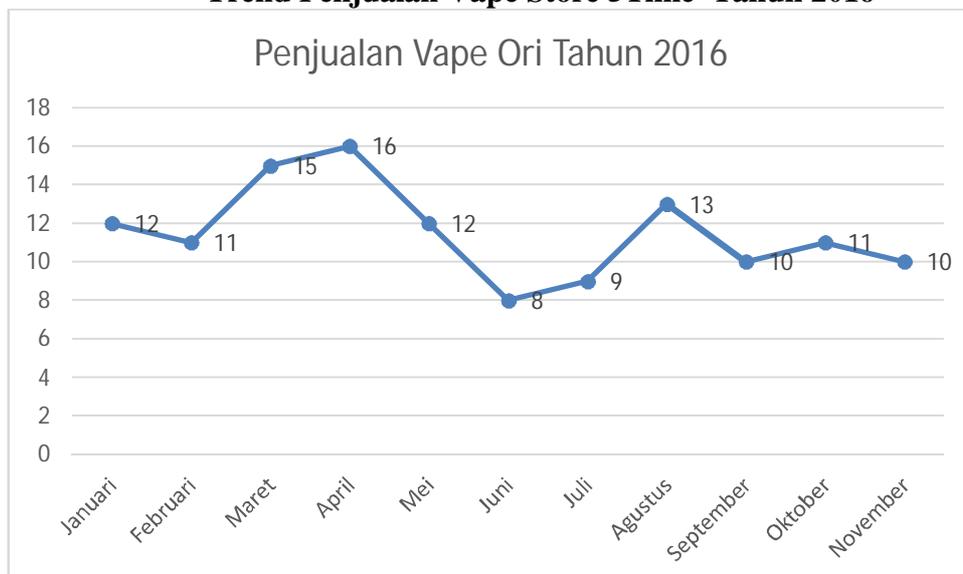
bulan ke bulan, justru pada bulan Mei hingga Juli mengalami penurunan. Padahal saat ini trend vape sedang mulai diminati sehingga konsumen yang mencari vape cukup banyak seperti terlihat pada penjualan di toko dalam tahun 2016 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Vape Store 5Time Tahun 2016

Bulan	Original	KW
Januari	12	341
Februari	11	383
Maret	15	406
April	16	415
Mei	12	446
Juni	8	471
Juli	9	504
Agustus	13	449
September	10	538
Oktober	11	541
November	10	559

Sumber : Data penjualan 5 Time Vape, 2016

Gambar 1.1
Trend Penjualan Vape Store 5Time Tahun 2016



Sumber : Data penjualan 5 Time Vape, 2016

Merk yang laku terjual saat ini justru adalah merk vape yang KW dengan standar kesehatan dan keselamatan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan merk (*brand equity*) dari merk vape original kurang kuat sehingga tidak dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli vape original.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen vape, didapatkan hasil tentang beberapa alasan konsumen tidak membeli vape dengan merk original sebagai berikut

Tabel 1.2
Prasurvey Alasan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

No.	Alasan	Jumlah responden	Jumlah jawaban	
1	Harga vape original mahal	30	24	80%
2	Stock vape original sering kosong	30	18	60%
3	Pengiriman vape original lambat	30	21	70%
4	Penjual yang menjual vape original sedikit	30	19	63,3%
5	Belum coba vape original, tapi harusnya rasa tidak berbeda dengan yang kw, harga vape original bisa beli beberapa vape kw	30	22	73,3%

Sumber : Hasil wawancara awal konsumen 5 Time Vape, 2016

Dari hasil pra survey, terlihat bahwa banyak konsumen merasa bahwa harga vape original terlalu mahal, walaupun belum mencoba vape original, konsumen tersebut rata-rata merasa bahwa rasanya sama saja dengan vape kw. Selain itu vape original susah dicari, stock sering kosong, dan pengiriman sering terlambat. Hasil pra survey ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian diduga dipengaruhi oleh factor *brand equity*, harga dan distribusi.

Harga vape original yang terhitung mahal hingga jutaan bahkan puluhan juta rupiah membuat banyak konsumen penikmat vape beralih dengan membeli vape merk KW buatan China maupun Vietnam yang memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan vape original.

Selain masalah harga, distribusi dari vape original juga menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Karena permintaan vape original tidak setinggi permintaan vape merk KW dan susahny pemesanan membuat penjual tidak memiliki persediaan terlalu banyak, bahkan kadang-kadang baru memesan vape original ketika ada permintaan. Hal ini membuat konsumen merasa stok sering kosong, dan pengiriman vape original terlambat.

Berdasarkan fenomena dan adanya prasurevey, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai keputusan pembelian pada vape original dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand equity*, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Kasus pada 5 Time Vape)”.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi adalah penjualan vape dengan merk yang original tidak menunjukkan peningkatan dari bulan ke bulan, justru pada bulan Mei hingga Juli mengalami penurunan. Padahal saat ini trend vape sedang mulai diminati sehingga konsumen yang mencari vape cukup banyak. Berdasarkan hasil prasurevey yang dilakukan, terlihat bahwa penurunan penjualan ini diduga disebabkan oleh kekuatan merk original yang tidak terlalu baik, harga vape original yang dinilai mahal dan distribusi barang yang kurang merata.

Berdasarkan permasalahan dan riset gap tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menganalisis pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui arti pentingnya harga dan distribusi sehingga dapat mendorong keputusan pembelian vape.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai penambah wawasan tentang pentingnya meningkatkan keputusan pembelian. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang sangat berharga dalam menganalisis persoalan-persoalan penerapan teori yang diperoleh saat perkuliahan dengan praktek nyata. Disamping itu dapat dijadikan masukan penelitian-penelitian selanjutnya.