



## Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Vape

Lefrand Mango<sup>1</sup>, Adolf O. S. Lubalu<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Sintuwu Maroso Poso

**Abstrak:** Penelitian ini untuk mengevaluasi pengaruh variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Harga terhadap kepuasan konsumen Vape di Kota Poso. Metode pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling total 78 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda melalui Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis data statistik menunjukkan bahwa indikator penelitian valid dan variabelnya reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi menunjukkan tidak adanya masalah multikolonieritas dan heteroskedastisitas, serta memiliki distribusi normal. Persamaan regresi menunjukkan bahwa  $Y = 0,659 + 0,292X_1 + 0,299X_2 + 0,284X_3 + e$ . Hasil Rsquare yaitu 0,640 atau 64,0% Uji hipotesis menunjukkan bahwa dalam uji F variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga berpengaruh signifikan dengan nilai Fhitung 43.816, sedangkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Uji hipotesis selanjutnya menunjukkan hasil nilai thitung yaitu variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan nilai  $0,009 < 0,05$  sedangkan variabel Gaya Hidup menunjukkan hasil signifikan dengan nilai  $0,027 < 0,05$  dan variabel Harga menunjukkan hasil signifikan dengan nilai  $0,011 < 0,05$ . Koefisien determinasi R<sup>2</sup> di peroleh sebesar 0,640, angka ini bermakna 64,0% Kepuasan Konsumen di tentukan oleh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga, sisanya 36,0% di pengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga, Kepuasan Konsumen.



### AFILIASI:

Jurusan Manajemen, Fakultas  
Ekonomi Universitas Sintuwu  
maroso, Poso, Sulawesi Tengah  
Indonesia

### EMAIL KORESPONDENSI:

[Lefrand@unsimar.ac.id](mailto:Lefrand@unsimar.ac.id)

### RIWAYAT ARTIKEL:

#### Diterima:

1 Desember 2025

#### Direvisi:

10 Desember 2025

#### Disetujui:

15 Desember 2025

## Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era modern sekarang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat oleh sebagian kalangan Masyarakat telah menggeser kebutuhan sekunder salah satunya rokok. Saat ini rokok telah mengalami perkembangan dari rokok tembakau ke rokok elektronik atau Vape. Oleh pencandu rokok vape sangat di gemari di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, Sebab dikalangan masyarakat modern rokok elektronik atau Vape dianggap lebih aman di gunakan dari pada rokok konvensional (Diva Widyantari, 2023).



Penggunaan vape menjadikan tren life style atau gaya hidup di era modern saat ini, dengan kualitas produk yang di tawarkan cukup baik dan harga yang sangat terjangkau membuat banyak di sukai oleh konsumen. Hal ini memaksa para pengusaha untuk mencari ide agar bisnis Vape mereka tetap kompetitif. Oleh karena itu, pengusaha harus siap menghadapi persaingan di industri Vape yang terus berkembang. Strategi pemasaran perlu dirumuskan dalam menghadapi persaingan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasa yang di berikan kepada konsumen (Sasra et al., 2022).

Rokok Elektronik (Vape) di Kota Poso tersebar diberbagai Toko di Kota Poso. Harga yang terbilang mahal namun memiliki kualitas produk yang cukup baik dan untuk mendapatkannya relative mudah. Kondisi ini membuat konsumen tertarik untuk membeli Vape tersebut. Penggunaan Vape didorong oleh gaya hidup praktis dan modern

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat dasar perasaan konsumen terhadap suatu layanan atau kualitas produk yang diberikan, yang dinilai dengan membandingkan apa yang diterima dengan harapan dan kebutuhan konsumen (Bali, 2022). Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu barang dan jasa yang berkualitas (Silvia & Arifiansyah, 2022) kualitas produk sangat penting dalam menentukan sebuah pembelian karna konsumen cenderung memilih suatu produk yang baik dan dampak yang di berikan sangat signifikan terhadap pengalaman konsumen dalam penggunaan vape itu sendiri. Selain itu, vape dengan kualitas yang baik memberikan performa yang memuaskan dan keamanan yang menjamin dalam memuaskan kebutuhan konsumen melalui pengembangan produk dalam hal barang maupun layanan (Setiani Prastiwi & Rizal Rivai, 2022).

Hasil penelitian (Chandra, 2022) mengatakan bahwa kepuasan konsumen di dasarkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan kualitas produk memiliki dampak positif yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen sehingga Perusahaan memiliki citra yang baik untuk meningkatkan kualitas produk agar kualitas yang di tawarkan cukup terjamin sehingga konsumen merasa puas terhadap barang atau produk yang di pilihnya.

Gaya hidup, atau life style, yaitu bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman atau keinginan individu untuk mengubah gaya hidupnya (Firdaus et al., 2022). Gaya hidup memainkan peran penting dalam kepuasan konsumen karena gaya hidup yang sejalan dengan nilai dan kebutuhan seseorang cenderung meningkatkan kepuasan konsumen Secara sederhana. gaya hidup ialah cara seseorang menjalani hidupnya, yang mencakup aktivitas, minat, sikap konsumsi, dan harapan, Yang mencerminkan preferensi identitas seseorang dalam mengolokasikan pendapatnya dan memilih berbagai produk sampai seseorang merasa puas terhadap apa yang di inginkannya (Hilda Zannuba & Prawitasari, 2022).

Hasil penelitian (Hilda Zannuba & Prawitasari, 2022) mengatakan bahwa kepuasan konsumen di dasarkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan gaya hidup menggambarkan konsumen dalam memilih suatu produk sampai konsumen merasa puas terhadap barang atau produk yang dipilihnya. Sehingga perusahaan atau pelaku usaha dapat memahami alasan di balik keputusan pembelian konsumen, yang akan menjadi landasan untuk menentukan strategi yang tepat. Penting bagi perusahaan untuk memahami keinginan konsumen sehingga mereka dapat memberikan kepuasan

melalui produk, dengan tujuan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Latar belakang inilah yang mendorong Peneliti untuk mengkaji bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Harga Vape (Rokok Elektronik) terhadap Kepuasan Konsumen.

## **Pembahasan**

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional yang di alami konsumen setelah melakukan pembelian yang dapat berkisar dari kemarahan dan ketidak senangan. Hingga ketidak pedulian, antusiasme, atau kegembiraan .sejauh mana konsumen percaya bahwa suatu layanan telah memenuhi atau melampaui harapan mereka adalah apa yang menentukan kepuasan konsumen (Ilham Hadi Nur Yufa & Dwi Lestari, 2023) Kepuasan konsumen dimana stiuasi yang di tunjukan oleh konsumen ketika menyadari bahwa kepuasan dan keinginanya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik (Anugerah & Sumantyo, 2023).

Kepuasan konsumen di dasarkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan. Adapun Keunggulan dari sebuah produk yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor berupa keunikan produk, inovasi terbaru, kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan desain produk itu sendiri. Saat ini, keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang mereka pilih (Hidayani & Arief, 2023). Pada Kualitas produk juga dapat menggambarkan sejauh mana produk dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen (Afnina & Hastuti, 2020).

Kepuasan konsumen di dasarkan gaya hidup berpengaruh secara signifikan. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininnya. Terhadap barang yang mereka beli, serta barang itu sendiri, dapat di peroleh dengan barang yang mereka beli dan apa yang mereka pikirkan dan rasakan setelah konsumen membelinya (Artanovelina et al., 2024). Gaya hidup merupakan faktor mendasar yang memengaruhi kebutuhan, sikap individu, serta pola pembelian dan penggunaan produk. Dapat dipastikan bahwa, gaya hidup menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa dan dalam menciptakan kepuasan konsumen. (Darmianti & Prabawani, 2019).

Kepuasan konsumen di dasarkan harga berpengaruh secara signifikan. Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang fleksibel yang dapat berubah sewaktu waktu sesuai dengan lokasi dan waktu terhadap suatu produk atau jasa yang berikan kepada konsumen (R. F. Sari & Marlius, 2023). Harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasam konsumen untuk meningkatkan kepuasan seseorang dalam menentukan suatu harga yang harus di lakukan dengan baik sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan terhadap konsumen (Ariyanti et al., 2022).

Kepuasan konsumen memilih empat dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Akan tetapi peneliti hanya mengambil tiga dimensi kepuasan konsumendalam penelitian ini di berdasarkan (Tjiptono & Chandra, 2023) dalam (Octavia et al., 2020).

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)

Sebagai upaya langsung untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap keseluruhan produk yang ditawarkan.

2. Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectations)  
Mencerminkan sejauh mana keselarasan atau ketidak sesuain antara harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang di tawarkan.
3. Niat Beli Ulang (Repurchase Intention)  
Merujuk pada pengukuran Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang di tawarkan.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah sebuah penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap manfaat yang dirasakan dari barang atau jasa yang digunakan. Penilaian ini dilakukan konsumen untuk mengevaluasi kinerja suatu produk dalam memberikan kepuasan (Muspita et al., 2023). Berdasarkan pernyataan di atas bahwa kepuasan konsumen memiliki peranan penting terhadap kualitas produk agar Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dalam meningkatkan kualitas produk itu sendiri.

Kualitas produk sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat di artikan jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian ulang suatu produk. begitu juga sebaliknya jika semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah juga kepuasan konsumen dalam sebuah pembelian, yang bisa di dimiliki dan di konsumsi baik itu produk berwujud maupun produk yang tidak berwujud agar keinginan dan kebutuhan konsumen bisa terpenuhi (Astuti & Gufron, 2023).

Kualitas produk memiliki 8 dimensi penting yang mempengaruhi kualitas produk tersebut. akan tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan empat dimensi berdasarkan (Kotler, 2018) dalam (Khusuma & Utomo, 2021).

1. performance (Kinerja)  
Kinerja merupakan karakteristik inti atau fungsi utama dari suatu produk yang akan di beli. (Kotler, 2018).
2. Durability (Ketahanan)  
Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk yang digunakan sebelum produk itu digantikan atau rusak. (Kotler, 2018).
3. Aesthetic (Keindahan Tampilan Produk)  
Aesthetic atau Keindahan tampilan sebuah produk dalam konteks ini bisa dinilai melalui beberapa indikator, seperti: produk yang selalu dalam kondisi bersih, penyajian produk yang rapi, bentuk dan tampilan produk yang menarik, serta desain penataan produk yang menarik (Kotler, 2018).
4. Perceived Quality (Kualitas yang di rasakan)  
Adapun merek dari sebuah Produk terkenal biasanya akan dianggap lebih berkualitas dibandingkan dengan merek yang kurang dikenal. Oleh karena itu, perusahaan selalu berusaha membangun merek mereka untuk memiliki ekuitas merek yang tinggi. Proses ini tentu memerlukan waktu karena melibatkan banyak aspek, termasuk dimensi kualitas seperti kinerja, fitur, daya tahan, dan lain sebagainya (Kotler, 2018).

## **Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, Selain itu, gaya hidup juga dapat mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup menjadi faktor utama yang memengaruhi proses pembelian dan keputusan seseorang dalam membeli suatu produk. Hal ini memungkinkan pemahaman terhadap kekuatan dalam mengukur aktivitas konsumen dan mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh konsumen (Timpaulu et al., 2023).

Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena, gaya hidup mempengaruhi kepuasan pembelian, yang bisa menentukan Tingkat kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa dan berbagai pilihan lainnya. Ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada sehingga konsumen merasa puas terhadap apa yang di perolehnya (Sitepu et al., 2022).

Gaya hidup dalam penelitian ini berdasarkan (Mandey, 2022) dalam (Sitepu et al., 2022), terdapat tiga indikator gaya hidup terdiri dari.

1. Activity (Kegiatan)  
Hal hal yang di kerjakan oleh konsumen, berkaitan dengan produk apa yang di beli atau yang akan di gunakan dan kegiatan yang di lakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Interest (Minat)  
Kegiatan apa saja yang di lakukan untuk menarik konsumen yang berkaitan dengan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang consume.
3. Opinion (Opini)  
Opinion merupakan Pandangan atau perasaan konsumen terhadap suatu produk, baik yang bersifat global maupun lokal. Opini ini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan evaluasi konsumen terhadap produk tersebut.

## **Harga**

Nilai suatu barang atau jasa yang akan diukur berdasarkan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli atau konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tersebut yang diberikan kepada konsumen, hal tersebut merupakan harga (Kapuy, 2019). Berdasarkan pernyataan di atas yang berarti bahwa harga menjadi ukuran bagi konsumen, yang mungkin mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jika konsumen menginginkan barang berkualitas tinggi, biasanya harganya akan mahal. Sebaliknya, jika konsumen menginginkan produk dengan kualitas yang lebih rendah, harganya akan lebih terjangkau.

Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena, harga salah satu faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen, penentuan harga juga harus di lakukan dengan baik sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan hal ini relevan dengan Upaya yang baik agar memberikan kesan positif terhadap produk. Jika persepsi terhadap harga meningkat, maka kepuasan akan meningkat, serta sebaliknya. (Arief & Faizah, 2021).

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 4.  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Corrected item total correlation	R table	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	.719	0.224	Valid
	X1.2	.648	0.224	Valid
	X1.3	.707	0.224	Valid
	X1.4	.616	0.224	Valid
	X1.5	.543	0.224	Valid
	X1.6	.481	0.224	Valid
	X1.7	.561	0.224	Valid
	X1.8	.667	0.224	Valid
Gaya Hidup	X2.1	.662	0.224	Valid
	X2.2	.703	0.224	Valid
	X2.3	.743	0.224	Valid
	X2.4	.705	0.224	Valid
	X2.5	.643	0.224	Valid
	X2.6	.682	0.224	Valid
Harga	X3.1	.727	0.224	Valid
	X3.2	.572	0.224	Valid
	X3.3	.605	0.224	Valid
	X3.4	.466	0.224	Valid
	X3.5	.618	0.224	Valid
	X3.6	.739	0.224	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	.812	0.224	Valid
	Y2	.809	0.224	Valid
	Y3	.702	0.224	Valid
	Y4	.520	0.224	Valid
	Y5	.531	0.224	Valid
	Y6	.713	0.224	Valid

Tabel di atas memperoleh hasil yang menyatakan bahwa 26 indikator pertanyaan yang diberikan kepada 78 responden ditemukan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,224. Hasil ini menyatakan bahwa semua indikator dengan variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga dan Kepuasan Konsumen adalah valid.

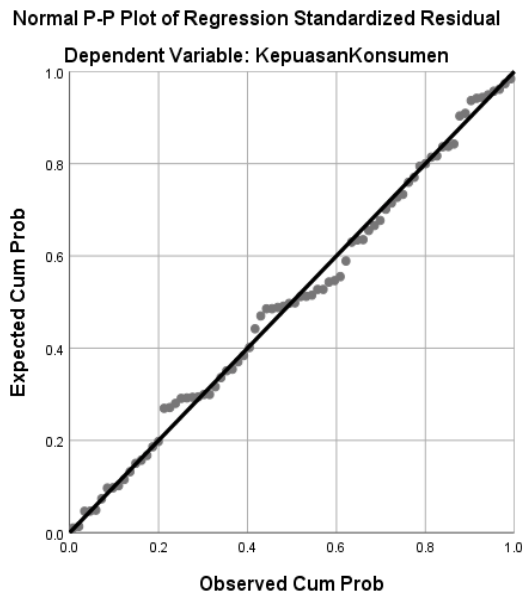
### Hasil Reliabilitas

Tabel 1  
Hasil Pengujian Reliabilitas  
Item – Total Statistic

Variabel	Cronbach Alpha (a)	Tingkat <i>Sing</i> Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,881	0,60	<i>Reliabel</i>
Gaya Hidup	0,871	0,60	<i>Reliabel</i>
Harga	0,905	0,60	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Konsumen	0,886	0,60	<i>Reliabel</i>

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai cronbach Alpha (a) > 60. Maka seluruh variabel yang digunakan dapat di simpulkan *reliable*

Hasil Uji Asumsi Klasik  
Hasil Uji Normalitas Data  
Gambar 1



Sumber: SPSS versi 25 digunakan mengolah data

Berdasarkan gambar di atas bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan data berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinearitas

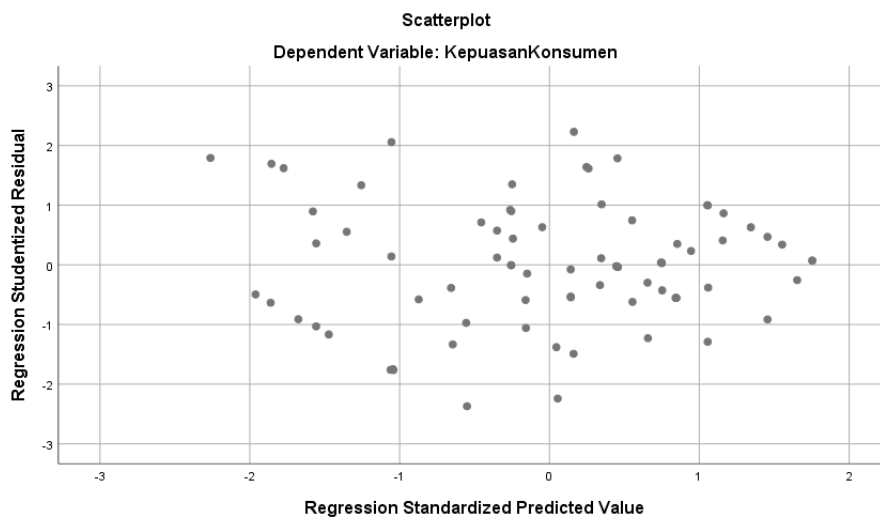
Tabel 2  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	0,324	3,085
Gaya Hidup	0,291	3,432
Harga	0,478	2,092

Pada tabel 6 di atas menunjukkan variabel Kualitas Produk sebesar 0,324 serta nilai VIF untuk kualitas produk sebesar 3,085. Sedangkan untuk variabel Gaya Hidup sebesar 0,291 serta nilai VIF sebesar 3,432 dan Variabel Harga sebesar 0,478 serta nilai VIF sebesar 2,092. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas berdasarkan grafik Scatterplot dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini



Gambar 1

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang berada di atas dan dibawah pada angka 0 tidak membentuk suatu pola. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis berdasarkan uji regresi dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 3  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.695	2.166		.321	.749
	KualitasProduk	.292	.109	.328	2.675	.009
	GayaHidup	.299	.133	.292	2.256	.027
	Harga	.284	.109	.263	2.609	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model regresi linear berganda yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,659 + 0,292X_1 + 0,299X_2 + 0,284 + e$$

Nilai konstanta sebesar 0,659 dapat di artikan apabila variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga dianggap nol, maka Kepuasan konsumen Vape di kota Poso sebesar 0,659.

Koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0,292, hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap Kepuasan Konsumen. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada penambahan satu satuan variabel Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,292 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain konstan.

Koefisien regresi variabel Gaya Hidup sebesar 0,299, hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada penambahan satu satuan variabel Gaya Hidup maka Kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,299 satuan dengan anggapan bahwa variabel yang lain konstan.

Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,284, hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada penambahan satu satuan variabel Harga maka Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,284 satuan dengan anggapan bahwa variabel yang lain konstan.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4  
Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 <sup>a</sup>	.640	.625	2.22202

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk, GayaHidup

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Tabel di atas menunjukkan hasil nilai  $R^2$  sebesar 0,640 atau 64,0% variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya 36,0% di pengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

### Hasil Uji F

Tabel 5  
Tabel Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.006	3	216.335	43.816	.000 <sup>b</sup>
	Residual	365.366	74	4.937		
	Total	1014.372	77			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk, GayaHidup

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 25

Tabel di atas menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 43.816, nilai Probabilitas 5% sedangkan nilai  $df_1 = 3$  nilai  $df_2 = 74$  maka didapatkan nilai  $f_{tabel}$  3,12 nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga secara simultan mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen.

Hasil Uji t

**Tabel 6**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.695	2.166		.321	.749
	KualitasProduk	.292	.109	.328	2.675	.009
	GayaHidup	.299	.133	.292	2.256	.027
	Harga	.284	.109	.263	2.609	.011

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada tabel 10 di atas menunjukkan:

1. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai thitung variabel Kualitas Produk 2.675 dengan Tingkat signifikan 0,009, nilai ttabel pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df) = 75 (78-4) adalah 1,992 atau dengan melihat signifikan sebesar  $0,009 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria uji hipotesis adalah thitung lebih besar dari ttabel atau nilai sig <  $\alpha$ , dapat di simpulkan bahwa hipotesis pertama di terima. Maka Kualitas Produk dinyatakan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai thitung variabel Gaya Hidup adalah 2,256 dengan tingkat signifikan 0,027, nilai ttabel pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df) = 75 (78-4) adalah 1,992 atau dengan melihat signifikan sebesar  $0,027 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria uji hipotesis adalah thitung lebih besar dari ttabel atau nilai sig <  $\alpha$ , dapat di simpulkan bahwa hipotesis ke dua di terima. Maka Gaya Hidup dinyatakan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen.

3. Harga terhadap Kepuasan konsumen

Nilai thitung variabel Harga adalah 2,609 dengan tingkat signifikan 0,011, nilai ttabel pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df) = 75 (78-4) adalah 1,992 atau dengan melihat signifikan sebesar  $0,011 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria uji hipotesis adalah thitung lebih besar dari ttabel atau nilai sig <  $\alpha$ , dapat di simpulkan bahwa hipotesis ke tiga di terima. Maka Harga dinyatakan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

**Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil hipotesis pertama secara empiris dalam pembahasan ini menjelaskan bahwa salah satu indikator yaitu kualitas yang dirasakan dan ketahanan yang di berikan Toko *Build Vapor* Pulau Sabang sangat mempengaruhi konsumen dalam berbelanja. Selanjutnya hasil indikator lain membuktikan bahwa konsumen yang sudah pernah berbelanja di Toko *Build Vapor* Pulau Sabang karena minat dan tempat yang cukup nyaman dalam berbelanja. Dan hasil indikator lain membuktikan bahwa konsumen yang sudah berbelanja di Toko *Build*

*Vapor* Pulau Sabang karena harga dan nilai yang di tawarkan sesuai dengan kualitas sehingga konsumen merasa puas dalam berbelanja. Maka dapat di simpulkan bahwa Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko *Build Vapor* Pulau Sabang Kota Poso.

### **Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan konsumen**

Hasil observasi pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dan ketahanan sangat mempengaruhi respon konsumen untuk berbelanja di Toko *Build Vapor* Pulau Sabang. Demikian pula dengan kinerja sangat mempengaruhi penilaian konsumen. Selanjutnya hasil empiris lain membuktikan bahwa keindahan tampilan produk juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan hasil penilaian konsumen membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen saat konsumen ingin melakukan pembelian di Toko *Build Vapor* Pulau Sabang Kota Poso.

### **Gaya Hidup Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil observasi menunjukkan bahwa minat dan kegiatan sangat mempengaruhi respon konsumen untuk berbelanja di Toko *Build Vapor* Pulau Sabang. Demikian pula dengan opini mempengaruhi penilaian konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen saat konsumen ingin melakukan pembelian di Toko *Build Vapor* Pulau Sabang Kota Poso.

### **Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Konsumen menilai harga dan nilai sesuai dengan yang di inginkan konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan dalam berbelanja rokok elektrik di Kota Poso. Selanjutnya penilaian konsumen menunjukkan daya saing memudahkan konsumen dalam menilai suatu produk dalam mempengaruhi minat konsumen. Artinya secara keseluruhan berdasarkan hasil empiris bahwa harga sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan Kepuasan Konsumen.

## **Kesimpulan**

Secara simultan Kualitas Produk Gaya Hidup dan Harga Vape berpengaruh significant terhadap Kepuasan Konsumen Vape di Kota Poso.

Secara Parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Secara Parsial variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Dengan demikian, hipotesis ketiga di terima.

Secara Parsial bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dengan demikian, hipotesis ke empat di terima.

Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,640 atau 64,0% variabel Kualitas Produk (X1), Gaya Hidup (X2) dan Harga (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Sedangkan sisanya 36,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- Anugerah, R. O. A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt Agung Anugerah Motor Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(3), 766–784. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.399>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Widyarningsih. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Artanovelina, R., Sengaji, Z., Radiansyah, E., & Ginting Edison. (2024). Analisis pengaruh kebiasaan, gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian motor honda vario di kalianda. 7(1), 45–55.
- Astuti, U., & Gufron, M. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Dimsum Berkah Magetan). *Jurnal Cita Ekonomika*, 17(1), 133–142. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v17i1.6844>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Chandra, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brasserie Resto Di Kota Palembang 2021 - 2022. *Jurnal Publikasi Mahasiswa Manajemen Universitas Multi Data Palembang*, 4(1), 36–42.
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 8(4), 287–299.
- Diva Widyantari, D. (2023). Dampak Penggunaan Rokok Elektrik (Vape) terhadap Risiko Penyakit Paru. *Lombok Medical Journal*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.29303/lmj.v2i1.2477>
- Ferdinan, 2014. Metode Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal CV. Media Sains Indonesia*, Bandung : [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)
- Firdaus, P. A., Nugraheni, T., & ... (2022). Fenomena Gaya Hidup Masyarakat Dan Keputusan Pembelian Vape. *Jurnal Ilmiah Ekonomi ...*, 27–33.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Herdiansyah, & Yuliniar. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, E-WOM, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Sneaker New Balance. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5), 74–82.
- Hidayani, N., & Arief, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bittersweet By Najla. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 60–74. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i1.1268>
- Hilda Zannuba, S., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 176–193. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6640>
- Juliandi, A., dan Irfan. 2013 *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan : Citapustaka Media Printis.
- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Kapuy, H. R. (2019). Pengaruh Harga Dan Nilai Fungsional Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Poso. *Jurnal EKOMEN*, 19(1), 15–19.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>
- Muspita, N. C., Pradeta, F. D., Fauzi, M. I., Balitar, U. I., Info, A., & Produk, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kerajinan Barongan di Gubug Barong Dwijaloka Tawang Sari Blitar) *The*. 12(2), 79–84.
- Octavia, D. R., Nasution, M. I. P., & Nurbaiti. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fashion Grosir Muslim. *Jurnal Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5155>
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Sasra, A. A., Mayangsari, & Yusup, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Vapor Sindikat Bekasi Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(3), 178–183. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6408856>
- Setiani Prastiwi, E., & Rizal Rivai, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Setiyana, E. & Widayarsi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Bakar Bandung 19 di Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 68(1), 1–8.

- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sumiati, H., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ice Cream & Tea Mixue Di Ruko Kartika Kecamatan Klari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5860–5872.
- Timpaulu, R. J. Y., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan. *Productivity*, 4(2), 164–178.
- Tooy, S. M. (2023). pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1).
- Wulandari, T., & Handini, R. S. (2023). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PT. TUNAS DWIPA MATRA. 81–87.