

ABSTRAK

Pada perkembangan elektronik di Indonesia saat ini selalu mengalami peningkatan salah satunya yaitu di dalam dunia perbisnisan. Salah satu elektronik yang sedang ramai di perbincangkan yaitu rokok elektrik yang biasa digunakan oleh berbagai kalangan usia dari anak-anak hingga lanjut usia pun hampir mengenal rokok elektrik ini yang biasa di sebut dengan sebutan nama Vape. Oleh karena itu rokok elektrik dapat menjadi sebuah solusi yang dapat menggantikan peran rokok tembakau. Vape ini merupakan solusi bagi para perokok yang memiliki keinginan untuk mengurangi konsumsi rokok.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai komunikasi pemasaran dan minat beli konsumen pada perlengkapan rokok elektrik yang ada di Dedet Vape Store serta menganalisa seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen pada setiap produk yang disediakan yaitu perlengkapan rokok elektrik.

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu pada toko Dedet Vape Store yang menyediakan perlengkapan rokok elektrik, Pada penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, dengan riset kuantitatif yang bentuk deskripsinya menggunakan angka atau numberik (statistik). Jumlah sampel yang didapat dari perhitungan menggunakan rumus solvin yaitu sebanyak 136 sampel.

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS diperoleh tanggapan responden mengenai Komunikasi Pemasaran memiliki nilai tertinggi yaitu 1,90. Tanggapan responden mengenai Minat Beli Konsumen memiliki nilai tertinggi yaitu 2,10.

Hasilnya diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel komunikasi pemasaran terhadap variabel minat beli konsumen secara parsial. Hasil tersebut didukung oleh hasil penelitian serta pengujian yang telah dilakukan.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran dan Mnat Beli Konsumen.

ABSTRACT

The development of electronics in Indonesia is always increasing, one of which is in the business world. One of the electronics that is currently being discussed is electric cigarettes which are commonly used by various ages, from children to the elderly. Therefore, e-cigarettes can be a solution that can replace the role of tobacco cigarettes. This vape is a solution for smokers who have a desire to reduce cigarette consumption.

This study was conducted to determine consumer responses regarding marketing communications and consumer buying interest in e-cigarette equipment in the Dedet Vape Store and to analyze how much influence marketing communication has on consumer buying interest in each product provided, namely e-cigarette equipment.

The object of research in this study is the Dedet Vape Store which provides electronic cigarette equipment. This research uses descriptive research methods with a quantitative approach, namely research that has the aim of knowing the influence between two or more variables, with quantitative research whose descriptions use numbers or numbers. numbers (statistics). The number of samples obtained from the calculation using the solvin formula is 136 samples.

Based on the analysis using SPSS, the respondents' responses regarding Marketing Communication have the highest score, namely 1.90. Respondents' responses to consumer buying interest have the highest value, namely 2.10.

The result is known that there is an influence between the variables of marketing communication on the variable of consumer buying interest partially. These results are supported by the results of research and tests that have been carried out.

Keywords: *Marketing Communication and Consumer Buying Interest.*