

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisis penelitian dan interpretasi yang dilakukan memperoleh hasil yang berdasarkan persamaan regresi linear berganda pada data kuesioner yang sudah disebarkan, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Uji hipotesis dengan uji signifikansi parsial (Uji T) memperlihatkan bahwa variabel kenaikan tarif cukai (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y) dilihat dari nilai signifikansi 0,000 yang di bawah 0,05. Selanjutnya nilai t hitung variabel kenaikan tarif cukai menunjukkan sebesar $7,430 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,975$; dapat diperoleh kesimpulan bahwa H_1 diterima. Hasil penelitian ini selaras terhadap penelitian terdahulu terkait variabel kenaikan tarif cukai pada *liquid* rokok elektrik (X_1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen. Pembebanan kenaikan harga yang ditetapkan barang kena cukai hasil tembakau (BKC HT), belum mampu menyurutkan minat para perokok untuk berhenti merokok (Farhatunnissa et al., 2024).
2. Uji hipotesis dengan uji signifikansi parsial (Uji T) memperlihatkan bahwa variabel persepsi konsumen (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli yang dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya nilai t hitung variabel persepsi konsumen menunjukkan sebesar $12,293 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,975$; dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 diterima. Dalam penelitian

ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi positif, dimana semakin positif persepsi konsumen terhadap *liquid* rokok elektrik, semakin tinggi pula minat beli meskipun produk mengalami kenaikan tarif cukai dan harga.

5.2 Keterbatasan

Mengacu pada hasil yang diperoleh dari analisis dari beberapa uji yang sudah dilaksanakan pada penelitian ini, peneliti menyadari adanya sejumlah keterbatasan yang ada dan perlu diperhatikan, diantaranya:

1. Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan pada responden dengan mengutamakan kejujuran dan pemahaman responden terhadap pertanyaan, hal ini dapat menimbulkan bias atau penyimpangan pada persepsi atau interpretasi.
2. Penelitian ini terbatas pada penggunaan dua variabel independen sebagai faktor penjelas, sedangkan minat beli dapat dipengaruhi oleh banyak faktor lain seperti, pendapatan, gaya hidup, promosi, dan ekuitas merek yang tidak dibahas di penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta keterbatasan yang ditemukan, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti pendapatan konsumen, tingkat ketergantungan terhadap nikotin, pengaruh promosi, atau kualitas produk guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait minat beli. Selain itu, konsumen diharapkan lebih bijak dalam menanggapi kenaikan tarif cukai dengan mempertimbangkan kembali aspek

kesehatan, keuangan, dan kebutuhan aktual penggunaan *liquid* rokok elektrik. Peningkatan kesadaran diperlukan terhadap risiko jangka panjang dari penggunaan rokok elektrik, meskipun secara umum dianggap sebagai opsi alternatif yang lebih tidak berbahaya dibanding rokok konvensional.