

**ABSTRAK****HUBUNGAN HARGA DAN PRODUK TERHADAP HASIL EVALUASI  
PASCA PEMBELIAN VAPOR BERDASARKAN GAYA HIDUP****“Studi Kasus Merek Tesla Invader III di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Lukas Wahyu Wibawa  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) bagaimana profil pengguna vapor merek Tesla Invader III, 2) apakah ada hubungan antara harga dan hasil evaluasi pasca pembelian vapor merek Tesla Invader III di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan gaya hidup jika produk dibuat tetap, 3) apakah ada hubungan antara produk terhadap hasil evaluasi pasca pembelian vapor merek Tesla Invader III di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan gaya hidup jika harga dibuat tetap, 4) apakah ada hubungan antara harga dan produk terhadap hasil evaluasi pasca pembelian vapor merek Tesla Invader III di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan gaya hidup secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria masyarakat umum Daerah Istimewa Yogyakarta yang membeli pernah menggunakan vapor merek Tesla Invader III. Sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, lalu analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan uji korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik profil responden terbanyak berpendidikan terakhir sebagai SMA sebesar 51%, pendapatan atau uang saku per bulan  $\geq$  Rp. 1.500.000 sebesar 62% dan memilih gaya hidup aktivitas sebesar 47%, memilih gaya hidup minat sebesar 30% dan memilih gaya hidup opini sebesar 23%. 2) untuk variabel harga dan hasil evaluasi pembelian jika produk dikendalikan, 47 responden bergaya hidup aktivitas memiliki hubungan korelasi yang rendah, 30 responden bergaya hidup minat dan 23 responden bergaya hidup opini tidak memiliki hubungan. 3) untuk variabel produk dan hasil evaluasi pembelian jika harga dikendalikan, 47 responden bergaya hidup aktivitas dan 23 responden bergaya hidup opini tidak memiliki hubungan, 30 responden bergaya hidup minat memiliki hubungan korelasi yang sedang. 4) untuk variabel harga dan produk terhadap hasil evaluasi pasca pembelian secara simultan, 47 responden bergaya hidup aktivitas memiliki hubungan korelasi yang rendah, 30 responden bergaya hidup minat memiliki hubungan korelasi yang kuat dan 23 responden bergaya hidup opini tidak memiliki hubungan.

**Kata Kunci: Hubungan, Harga, Produk, Hasil Evaluasi Pasca Pembelian, Korelasi**

**ABSTRACT**  
**PRICE AND PRODUCT CORRELATION TO POST-PURCHASE**  
**EVALUATION BASED ON CONSUMER'S LIFE STYLE**  
" Case Study On User Of Tesla Invader III in Yogyakarta Special Region"

Lukas Wahyu Wibawa  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2018

The purpose of this research is to know: 1) the user profiles of Tesla Invader III vapor brand, 2) the correlation between price and post-purchase evaluation between the variables of Tesla Invader III vapor brand in Yogyakarta Special Region based on consumer's lifestyle if product is controlled, 3) the correlation between product to post-purchase evaluation between the variables of vapor of Tesla Invader III brand in Yogyakarta Special Region based on lifestyle if price is controlled, 4) the correlation between price and product to post-purchase evaluation between the variables of vapor of brand Tesla Invader III in Yogyakarta Special Region based on lifestyle simultaneously. The type of research used is case study research. The sampling technique used was purposive sampling, the sample of the research was vapor consumer's who bought or used Tesla Invader III vapor. Samples were 100 respondents. Instrument testing techniques using validity and reliability test, then data analysis using descriptive statistical analysis and correlation test. The results showed that: 1) Characteristics of the most respondent's last educated profile last educated as high school as 51%, income or allowance per month  $\geq$  Rp. 1.500.000 by 62% and choose lifestyle activity of 47%, choose lifestyle interest by 30% and choose lifestyle opinion by 23%. 2) for the price variable and the post-purchase evaluation if the product is controlled, 47 respondents having activity lifestyle showed low correlation, 30 respondents having of interest lifestyle and 23 respondents opinion lifestyle showed no correlation. 3) for product variables and purchase evaluation results if the price is controlled, 47 respondents having activity lifestyle and 23 respondents opinion lifestyle showed no correlation, 30 respondents having style of interest lifestyle showed medium correlation. 4) for price and product variables on post-purchase evaluation simultaneously, 47 respondents having activity lifestyle showed low correlation, 30 respondents having interest lifestyle showed a strong correlation and 23 respondents opinion lifestyle showed no correlation.

**Keywords: Correlation, Price, Product, Post-Purchase Evaluation Result, Correlation**