

Analisis Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape melalui Pengetahuan Produk, Group Reference dan Harga

I Made Mangku Arsana¹, Ika Yuliana², Putri Amalia Wardi³, L. Jatmiko Jati⁴,
Baiq Nadia Nirwana⁵

Universitas Bumigora, Indonesia

arsanamade618@gmail.com¹, ika_yuliana@universitasbumigora.ac.id²,
putri.amalia@universitasbumigora.ac.id³, jatmiko@universitasbumigora.ac.id⁴,
nadia@universitasbumigora.ac.id⁵

Submitted: 13th January 2025 | **Edited:** 18th March 2025 | **Issued:** 01st April 2025

Cited on: Arsana, I. M. M., Yuliana, I., Wardi, P. A., Jati, L. J., & Nirwana, B. N. (2025). Analisis Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape melalui Pengetahuan Produk, Group Reference dan Harga. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 405-412.

ABSTRACT

Electronic cigarettes (vapes) have transformed the consumption habits of millennials, shifting from traditional smokes to a contemporary alternative. University students, who are the primary consumers of conventional cigarettes and vapes, evaluate multiple factors while choosing a vape product. Factors impacting students' use of vapes include product knowledge, peer influence, and cost. This research utilises a descriptive quantitative methodology by administering questionnaires to 100 university students in Mataram City. The gathered data is subsequently analysed utilising SPSS version 21. The findings demonstrate that Product Knowledge and Group Reference exert a positive and significant impact on students' decisions to utilise vapes. Simultaneously, price exerts a negligible and inconsequential influence on students' choices to utilise vapes.

Keywords: Product Knowledge, Group Referance, Price, Students' Decision

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman di era sekarang ini, masyarakat khususnya mahasiswa mulai banyak yang berpindah dari yang semula menggunakan rokok konvensional melalui pembakaran tembakau kini sudah mulai menggunakan rokok elektrik atau sering juga disebut vape (Adi Jahyadi, 2023). Vape dirancang sebagai alat penghantar nikotin tanpa harus melalui proses pembakaran, oleh karena itu vape merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti rokok (Islam et al., 2024).

Tabel 1. Informasi Perbandingan Pengguna Vape dan Rokok Konvensional

No	Pengguna	Keterangan
1	Perokok Konvensional	1,3%
2	Menggunakan Vape	10,2%
3	Pengguna Keduanya	3,2%

Sumber: cdc.gov (2024)

Berdasarkan tabel 1. diketahui bahwa masyarakat lebih banyak menggunakan Vape dibandingkan dengan rokok konvensional. Pengguna rokok konvensional sebanyak 1,3%

sedangkan pengguna Vape sebanyak 10,2% dan pengguna keduanya yaitu pengguna rokok dan vape sebesar 3,2%. Banyaknya pengguna Vape menunjukkan bahwa mahasiswa memutuskan menggunakan Vape dibandingkan rokok konvensional (Wulan sari, 2021). Terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan untuk menggunakan Vape, salah satunya yaitu pengetahuan produk (Marsigit, 2018).

Pengetahuan produk mengenai komponen vape, kandungan nikotin, efek kesehatan, serta regulasi yang berlaku dapat membantu pengguna dalam membuat keputusan mahasiswa yang lebih bijak (Rika Widianita, 2023). Pengetahuan yang cukup dapat mencegah penggunaan yang salah, seperti pemilihan kadar nikotin yang tidak sesuai atau penggunaan perangkat yang tidak aman. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Vape. Selain pengetahuan produk, grup reference juga mampu mempengaruhi keputusan menggunakan Vape.

Tabel 2. Nama-Nama Grup Reference

No	Nama Group Reference
1	Vape squad indo
2	Asosiasi personal Vaporizer Indonesia (APVI)
3	Komunitas Hexsom indonesia

Sumber: indonesiadreamjuice.com komunitas-vape-indonesia, (2024)

Tabel 2. menunjukkan beberapa grup reference yang ada di Indonesia. Group Reference akan membantu dalam pencarian informasi mengenai Vape. Informasi dari produk bisa didapatkan dari berbagai sumber mulai dari review dari kerabat yang sudah menggunakan ataupun mencari dari sumber internet. Selain group reference, harga produk juga mempengaruhi keputusan menggunakan Vape.

Tabel 3. Daftar Harga Komponen Vape

No	Komponen Vape	Harga / Pcs
1.	Mod / device	Rp.350.000 – Rp. 1000.000
2.	Atomizer	Rp. 150.000 – Rp. 300.000
3.	Battery	Rp. 100.000
4.	Liquid	Rp. 50.000 – Rp. 200.000
5.	Kapas	Rp. 60.000
6.	Kawat	Rp. 100.000
7.	Charger	Rp. 40.000

Sumber: cdc.gov (2024)

Harga yang ditawarkan sangat mempengaruhi minat beli konsumen bila harga yang ditetapkan dipasar sesuai maka, konsumen akan tertarik untuk membeli produk dari Vape Store (Budhi, 2019). Ketika harga produk vape di pasaran dapat terjangkau dan menarik minat konsumen, faktor harga ini menjadi variabel penting yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk di Vape Store (Nazal, 2020).

LANDASAN TEORI

Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler & Keller, (2016) keputusan penggunaan mengacu pada proses dimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan produk, barang, ide, atau pengalaman yang berfungsi sebagai komponen perilaku konsumen untuk memuaskan konsumennya. kebutuhan dan keinginan. Pemanfaatan layanan jasa merupakan komponen perilaku konsumen, sikap perilaku, dan norma

subyektif yang mempengaruhi niat perilaku seseorang dan berdampak pada perilaku orang tersebut.

Pengetahuan Produk

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Riyono & Budiharja, 2016). Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya.

Group Reference

Group reference adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi. Grup Reference ini biasanya terdiri dari komunitas, YouTuber, atau influencer media sosial lainnya (Tanzer, 2013). Grup reference Vape ini biasanya mempromosikan suatu produk (misalnya vape) dengan cara-cara yang menarik dan memikat, seperti dengan membuat konten video atau foto yang menampilkan vape secara positif.

Harga

Menurut Kotler & Keller, (2016) Harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa. Harga dapat didefinisikan secara luas sebagai jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan dan penggunaan produk atau jasa, yang memungkinkan perusahaan meraih laba yang wajar melalui pembayaran atas nilai yang diciptakan untuk pelanggan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah pengetahuan produk. Pengetahuan produk mengacu pada sejauh mana individu memahami informasi mengenai produk, manfaat, serta risiko yang terkait. Dalam konteks penggunaan vape, mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang komponen, cara penggunaan, dan potensi dampak kesehatan dari vape cenderung akan lebih bijak dalam membuat keputusan. Teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Solomon (2018) menjelaskan bahwa pengetahuan produk mempengaruhi sikap dan keputusan pembelian, karena konsumen yang memiliki informasi lebih banyak akan membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi.

Selain pengetahuan produk, kelompok referensi (group reference) juga memainkan peran penting dalam keputusan mahasiswa untuk menggunakan vape. Kelompok referensi merujuk pada kelompok sosial yang memengaruhi individu dalam mengambil keputusan, seperti teman-teman, keluarga, atau komunitas yang memiliki pengaruh sosial. Teori konformitas sosial (Cialdini & Goldstein, 2024) menjelaskan bahwa individu cenderung mengikuti perilaku kelompoknya untuk mendapatkan penerimaan sosial. Dalam hal ini, mahasiswa yang terlibat dalam kelompok yang memiliki kebiasaan menggunakan vape lebih cenderung untuk mengikuti pola perilaku yang sama, meskipun mereka mungkin tidak sepenuhnya memahami risiko kesehatan yang terkait. Penelitian oleh Rahmawati et al. (2021) juga menunjukkan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan mahasiswa untuk menggunakan vape.

Harga juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Meskipun harga vape dapat dijangkau oleh banyak mahasiswa, menurut teori ekonomi perilaku, harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terutama bagi konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran (Tobin et al., 2018).

Namun, dalam konteks mahasiswa, harga tidak selalu menjadi faktor dominan, karena banyak mahasiswa yang lebih memperhatikan faktor lain seperti tren atau pengaruh sosial dalam kelompok mereka. Penelitian oleh Wijaya et al. (2023) menunjukkan bahwa meskipun harga vape terjangkau, faktor sosial dan psikologis lebih dominan dalam keputusan mahasiswa untuk membeli dan menggunakan vape.

Berasarkan uraian di atas, bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape dapat dipengaruhi oleh kombinasi pengetahuan produk, pengaruh kelompok referensi, dan harga. Pengetahuan yang lebih baik tentang produk memberikan pemahaman yang lebih matang terhadap risiko dan manfaatnya, sementara kelompok referensi dan harga lebih terkait dengan pengaruh sosial dan keterbatasan anggaran mahasiswa. Ketiga faktor ini saling berinteraksi untuk membentuk keputusan yang lebih kompleks dan dipengaruhi oleh dinamika sosial dan informasi yang tersedia. Oleh karena itu, memahami interaksi antara faktor-faktor ini penting untuk merancang strategi yang dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam menggunakan vape.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna vape dan berusia antara 18 hingga 24 tahun. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Analisis data dimulai dengan uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Analisis data utama menggunakan regresi linear berganda, diikuti dengan uji hipotesis yang meliputi uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji R² (koefisien determinasi). Semua pengujian dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 22.

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik statistik untuk memastikan keandalan dan akurasi hasilnya. Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini akurat dan konsisten. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memeriksa kemungkinan pelanggaran asumsi dalam analisis regresi, sehingga data yang digunakan memenuhi syarat untuk analisis lebih lanjut. Setelah memastikan asumsi-asumsi tersebut, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel, diikuti dengan uji hipotesis untuk menentukan signifikansi masing-masing faktor dalam menjelaskan keputusan penggunaan vape di kalangan responden.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Hasil uji SPSS menunjukkan bahwa setiap variabel item pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1966) dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki hubungan yang signifikan dengan konstruk yang diukur. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid, karena nilai r hitung yang lebih tinggi dari r tabel menunjukkan validitas yang baik dari setiap item.

Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk, Group Reference, Harga, dan Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Nilai ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha yang lebih

besar dari 0,6 umumnya dianggap mencerminkan konsistensi internal yang baik dalam instrumen pengukuran. Dengan kata lain, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut terbukti stabil dan dapat dipercaya. Hal ini berarti bahwa data yang diperoleh dari responden mengenai variabel-variabel tersebut dapat dianggap konsisten dan tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu. Hal ini juga menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap kuesioner yang disebar, sehingga data yang terkumpul dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Keandalan data yang tinggi ini memperkuat validitas penelitian, karena data yang stabil dan konsisten memberikan dasar yang kuat untuk menarik kesimpulan yang sah.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji Hipotesis

Hipotesis				T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape (H1)				3.924	1,984	0.000	Diterima
Group Referance terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape (H2)				2.323	1,984	0.022	Diterima
Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape (H3)				1.310	1,984	0.193	Ditolak

Sumber: Olah Data (2025)

Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape. Nilai T hitung sebesar 3,924 lebih besar dari T tabel 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa mengenai produk vape, semakin besar pula kecenderungannya untuk memutuskan menggunakan vape. Mahasiswa, sebagai generasi yang terhubung erat dengan dunia digital, memiliki akses lebih mudah untuk mencari informasi terkait produk vape baik secara online maupun offline. Pengetahuan produk yang luas menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan mereka.

Pengetahuan produk yang mencakup informasi dan aksesibilitas yang mudah untuk mencari berbagai produk vape dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa. Mahasiswa seringkali menggunakan internet sebagai sarana utama untuk mendapatkan informasi terkait produk yang mereka minati. Selain itu, informasi yang tersedia secara luas dan mudah diakses akan mendorong mereka untuk lebih tertarik dan akhirnya membuat keputusan untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini konsisten dengan penelitian Santoso Nugroho (2019), yang juga menyatakan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape.

Pengetahuan produk berperan penting dalam mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan terkait penggunaan vape. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Santoso Nugroho (2019), serta studi terbaru oleh Sari dan Kurniawan (2023), dan Wijaya et al. (2023), mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa pengetahuan tentang produk, terutama yang berkaitan dengan informasi yang mudah diakses, memainkan peran kunci dalam keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami terkait produk vape untuk mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya mahasiswa.

Group Reference terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa Group Reference berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape. Nilai T hitung sebesar 2,323 lebih besar dari T tabel 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa Group Reference memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan vape. Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok referensi, seperti teman-teman atau komunitas yang memiliki minat yang sama dalam menggunakan vape, memberikan pengaruh yang signifikan dalam keputusan mahasiswa untuk mencoba atau terus menggunakan produk tersebut.

Group Reference berfungsi sebagai sumber informasi dan pembentukan identitas bagi mahasiswa, di mana mereka cenderung mengikuti perilaku kelompoknya. Teman-teman atau komunitas yang mendukung dan menginformasikan tentang vape akan lebih mendorong mahasiswa untuk mengikuti keputusan yang sama. Pengaruh sosial yang diberikan oleh kelompok referensi ini sangat kuat, terutama dalam keputusan yang berkaitan dengan gaya hidup atau produk yang sedang tren. Dalam hal ini, kelompok yang memiliki minat serupa dalam menggunakan vape dapat memberikan dorongan yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk bergabung atau menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarfa (2020), yang juga menemukan bahwa Group Reference memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Selain itu, penelitian oleh Rahmawati et al. (2021) dan Sari & Dwi (2021) juga mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa kelompok referensi memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan mahasiswa terkait penggunaan produk, seperti vape. Group Reference membantu dalam pemberian informasi yang relevan, pembentukan identitas, serta aksesibilitas dalam mencari produk vape yang diinginkan.

Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Vape

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai T hitung sebesar 1,310, yang lebih kecil dari T tabel 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,193 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Artinya, meskipun harga vape dapat dijangkau oleh mahasiswa, pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan vape tergolong kecil. Mahasiswa dengan uang saku rata-rata sekitar Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000 mungkin merasa harga vape masih terjangkau, tetapi tetap saja faktor harga tidak cukup mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau menggunakan vape.

Penting untuk dicatat bahwa meskipun harga vape dapat diakses oleh mahasiswa, pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan vape cenderung kecil. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti adanya preferensi terhadap kualitas produk, pengaruh teman sebaya atau kelompok referensi, serta faktor-faktor lain yang lebih mendominasi dalam pembentukan keputusan. Dengan demikian, meskipun harga vape masih dalam jangkauan, mahasiswa cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor non-harga dalam membuat keputusan terkait penggunaan vape.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wuntuan et al. (2020), yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Penelitian Wuntuan et al. menunjukkan bahwa harga vape memiliki dampak yang lebih besar terhadap keputusan

pembelian mahasiswa, yang mungkin disebabkan oleh perbedaan konteks atau faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan produk vape.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Semakin tinggi tingkat pengetahuan produk yang dimiliki mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih menggunakan vape. Pengetahuan yang lebih baik tentang produk vape, seperti komponen, cara penggunaan, serta potensi risiko atau manfaat yang ada, memberi mereka pemahaman yang lebih matang dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih dalam mengenai vape cenderung lebih percaya diri dalam memilih untuk menggunakan produk tersebut.

Group Reference juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan mahasiswa untuk menggunakan vape. Kelompok referensi, seperti teman-teman atau komunitas tertentu, tidak hanya memberikan rekomendasi tentang produk, tetapi juga memengaruhi sikap dan perilaku individu. Pengaruh sosial dari teman sebaya atau kelompok yang memiliki kebiasaan menggunakan vape dapat mendorong individu untuk mengikuti keputusan yang sama, meskipun mereka mungkin tidak sepenuhnya memahami risiko yang ada. Kelompok referensi ini memainkan peran penting dalam membentuk keputusan mahasiswa, terutama dalam konteks penggunaan produk yang sedang tren seperti vape.

Namun, harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun harga vape relatif terjangkau oleh mahasiswa, faktor harga memiliki pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti prioritas mahasiswa yang lebih mengutamakan faktor sosial dan psikologis, seperti pengaruh kelompok referensi, ketimbang harga produk itu sendiri. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa meskipun harga dapat menjadi pertimbangan, pengaruh sosial dan pengetahuan tentang produk lebih dominan dalam keputusan mahasiswa dalam menggunakan vape. Oleh karena itu, produsen atau pihak yang terkait dengan pemasaran vape sebaiknya memperhatikan faktor-faktor sosial dan edukasi produk untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Jahyadi, A. J. (2023). Ngevape: Peralihan, Etika, dan Penolakan Penggunaan Vape di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 6(1), 91–112.
- Budhi, M. A. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Vaporstore Menggunakan Metode Weighted Product. *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)*, 14(1), 9–15.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2024). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591–621.
- Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., Jl, A., Km, P., Kajen, K., Pekalongan, K., Tengah, J., Smith, A., Say, J. B., Ricardo, D., Malthus, T., & Mill, S. (2024). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Klasik*. 1(3), 368–376.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Marsigit, D. B. (2018). Vape Sebagai Gaya Hidup Komsumtif Baru Di Masyarakat. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 201. <https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6023>
- Nazal, M. Y. B. H. (2020). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli di Garasi Vape Store Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 15, 252–259.

- Rahmawati, E., Hidayat, A., & Nurhadi, R. (2021). *Pengaruh Group Reference terhadap Perilaku Penggunaan Vape di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Sosiologi dan Pendidikan, 10(1), 33-40.
- Rika Widianita, D. (2023). pengetahuan produk berpengaruh bagi pengguna vape. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *STIE SEMARANG*.
- Santoso Nugroho, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape*. Jurnal Studi Sosial, 11(2), 87-94.
- Santoso Nugroho, B. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Aerosol (Studi Pada Konsumen Borma Margacinta Bandung)*. i–cvi.
- Sari, P., & Dwi, R. (2021). *Peran Group Reference dalam Keputusan Penggunaan Vape pada Mahasiswa*. Jurnal Komunikasi dan Perilaku Konsumen, 12(3), 56-63.
- Sari, R., & Kurniawan, F. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 15(1), 45-51.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Syarfa, N. (2020). *Pengaruh Group Reference terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape*. Jurnal Psikologi Sosial, 13(2), 45-52.
- Syarfa. (2015). *Pengaruh Kewajaran Harga, Reference Group Dan Variety Seeking Terhadap Niat Beralih Konsumen Rokok Tembakau Ke Rokok Elektrik (Vape) (Studi Pada Konsumen Rokok Elektrik di Kebumen)*. 3, 1–9.
- Tanzer, N. K. (2013). Reference Group. *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology*, 2, 1078–1081.
- Tobin, J., Davis, L., & Allen, K. (2018). *Consumer behavior and the decision-making process*. Journal of Consumer Research, 45(3), 450-467.
- Wijaya, H., Pratama, R., & Anggraini, D. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Vape di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Penelitian Pemasaran, 19(3), 122-130.
- Wulan sari, S. (2021). *pengaruh ekuitas merek, harga dan distribusi terhadap trend keputusan pembelian rokok elektrik(vape) di kalangan mahasiswa di kota palangkaraya*.
- Wuntuan, O. P., Tampi, D., Rogahang, J., & Bisnis, P. S. I. A. (2020). Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Dream Vape Store. *Productivity*, 1(5), 390–393.