

**ANALISIS DETERMINAN KONSUMSI ROKOK ELEKTRIK
(Vape) DI KOTA MEDAN**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



Oleh :

Nama : Harya Ardiansyah
NPM : 2105180005
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 9 September 2025, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : HARYA ARDIANSYAH
NPM : 2105180005
Jurusan : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul : ANALISIS DETERMINAN KONSUMSI ROKOK ELEKTRIK
(VAPE) DI KOTA MEDAN

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

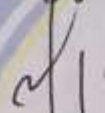
Tim Penguji

Penguji I



(Dr. MUHAMMAD ANDI PRAYOGI, S.E., M.Si.)

Penguji II



(ERI YANTI NASUTION, S.E., M.Ec.)

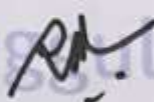
Pembimbing



(Dra. LAILAN SYAFINA HASIBUAN, M.Si.)

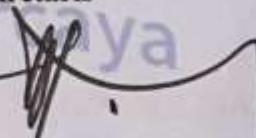
Panitia Ujian

Ketua



(Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.S



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

NAMA LENGKAP : HARYA ARDIANSYAH
N.P.M : 2105180005
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
ALAMAT RUMAH : Gg. AMAL DESA SIMPANG MERBAU
Judul Tugas Akhir : ANALISIS DETERMINAN KONSUMSI ROKOK ELEKTRIK
(VAPE) DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan
Tugas Akhir.

Medan, Agustus 2025

Pembimbing Skripsi

Dra. Hj. LAILAN SAFINA HASIBUAN, M.Si.

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. MUHAMMAD ANDI PRAYOGI, SE., M.Si

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Harya Ardiansyah
NPM : 2105180005
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Dosen Pembimbing : Dra. Hj. Lailan Safina Hasibuan, M.Si.
Judul Penelitian : Analisis Determinan Konsumsi Rokok Elektrik (Vape) Di Kota Medan

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Tugas Akhir	Paraf	Keterangan
08-08-2025	Perhatikan format penulisan ² pada kuesioner	h	
11-08-2025	Utk bab 4, setelah deskripsi daeum penelitian, maka lakukan analisis untuk hij penelitian ke 1. Smpilbas datanya dan buat analisisnya	h	
14-08-2025	Utk analisis hij penelitian ke 2, lihat koreksi ² yg ada.	h	
18-08-2025	Setelah tampilan dtd olahan data, beri analisis yg mendalam	h	
20-08-2025	Buat abstraknya, daftar tabel, lampiran. Rapihan penulisan	h	
23-08-2025	Telah selesai definisi dan ace utk sidang	h	

Diketahui oleh:
Dosen Pembimbing

Dra. Hj. Lailan Safina Hasibuan, M.Si.

Medan, Agustus 2025

Disetujui oleh:
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. Muhammad Andi Prayogi, SE., M.Si



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Harya Ardiansyah
N.P.M : 2105180005
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir : Analisis Determinan Konsumsi Rokok Elektrik (Vape) Dikota Medan

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul “Analisis Determinan Konsumsi Rokok Elektrik (Vape) Dikota Medan” bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya

Yang Menyatakan



Harya Ardiansyah

ABSTRAK

ANALISIS DETERMINAN KONSUMSI ROKOK ELEKTRIK (VAPE) DI KOTA MEDAN

Harya Ardiansyah
Program Studi Ekonomi Pembangunan
Email : arya120421@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Analisis Determinan Konsumsi Rokok Elektrik (Vape) Di Kota Medan. Jumlah sampel sebanyak 94 responden. Penelitian ini menggunakan uji outer model, outer loading, Ave, Cross loading, Fornell-lacker, Composite Reliability, Cronbach Alpha, Inner Model dan bootstrapping dengan menggunakan smart Pls. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor psikologis nilai T hitung > T tabel ($4,508 > 1,16$) dengan nilai signifikan $0007 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap determinasi konsumsi rokok elektrik, faktor sosial nilai T hitung > T tabel ($2,340 > 1,16$) dengan nilai signifikan $0020 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap determinasi konsumsi rokok elektrik, perilaku konsumen nilai T hitung > T tabel ($1,966 > 1,16$) dengan nilai signifikan $0007 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap determinasi konsumsi rokok elektrik.

Kata Kunci : Faktor psikologis, Faktor sosial, Perilaku konsumen dan Konsumsi Rokok Elektrik

ABSTRACT

ANALYSIS OF DETERMINANTS OF ELECTRIC CIGARETTES (VAPE) CONSUMPTION IN MEDAN CITY

Harya Ardiansyah

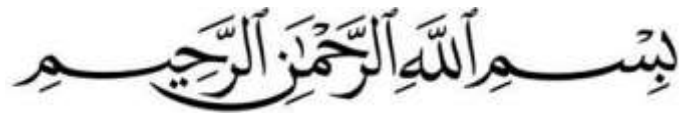
Development Economics Study Program

Email : arya120421@gmail.com

This study aims to determine whether Analisis Determinan Konsumsi Rokok Elektrik (Vape) Di Kota Medan. The sample size was 94 respondents. This study used the outer model, outer loading, Ave, cross loading, Fornell-Lacker, Composite Reliability, Cronbach Alpha, Inner Model, and bootstrapping using smart Pls. Based on the research results, it is known that psychological factors have a calculated T value > T table ($4.508 > 1.16$) with a significant value of $0.007 < 0.05$, this indicates that psychological factors have a positive and significant effect on the determination of e-cigarette consumption. Social factors have a calculated T value > T table ($2.340 > 1.16$) with a significant value of $0.020 < 0.05$, this indicates that social factors have a positive and significant effect on the determination of e-cigarette consumption. Consumer behavior has a calculated T value > T table ($1.966 > 1.16$) with a significant value of $0.007 < 0.05$, this indicates that consumer behavior has a positive and significant effect on the determination of e-cigarette consumption.

Keywords: Psychological factors, Social factors, Consumer behavior and E-cigarette Consumption

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahillobbil'alamiin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **Analisis Determinan Komsumsi Rokok Elektrik (Vape) di Kota Medan**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW beserta keluarganya, para sahabat dan seluruh pengikut Beliau yang insya Allah tetap istiqomah hingga akhir zaman kelak, Amin. Dengan selesainya penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Adapun ungkapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Rezeki-Nya yang luar biasa serta nikmat iman dan nikmat Kesehatan kepada saya. Dan atas izinnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terima kasih saya berikan untuk dua orang yang paling berjasa dan tersayang Mama Sulastri dan Nenek Hj.Warni terhebat yang paling cantik Yang memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan serta doa yang tiada henti kepada penulis selama melalui proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir ini sampai selesai.
3. Kepada Adik-adik saya Naila Dwi Arianti yang selalu memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Agussani, MAP, selaku Rektor Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Assoc. Prof.Dr. H. Januri, SE., MM., M.Si., CMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si. selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Muhammad Andi Prayogi, SE., M.Si. Ketua Jurusan Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Dr. Sylvia Vianty Ranita, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Ibu Dra Lailan Safina Hasibuan, M.Si. selaku dosen pembimbing saya, yang telah memberikan ilmu dan arahnya sehingga tugas akhir saya dapat selesai.
11. Ibu Hastina Febriaty, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik saya, yang telah memberikan ilmu dan arahnya sehingga tugas akhir saya dapat selesai.
12. Bapak dan Ibuk dosen mata kuliah fakultas ekonomi dan bisnis khususnya prodi ekonimi pembangunnan yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat, semoga menjadi amalan di akhirat kelak.
13. Bapak dan Ibuk Biro fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis dalam pengurusan berkas-berkas yang di butuhkan dalam hal akademik
14. Kepada sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan Aidil

Fitra, Elia Eliza ,Sori Muda, Adi Pernanda, Surya silaban. Terima kasih karena selalu kebersamai dalam penulisan tugas akhir ini.

15. Kepada teman-teman seperjuangan saya serta rekan sekelas masa perkuliahan dan teman-teman dekat saya yang telah memberi informasi mengenai perkuliahan.
16. Terimakasih untuk diri sendiri Harya Ardiansyah, karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak dalam menerapkan ilmu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penulisan tugas akhir ini. Terimakasih, Wassamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, Agustus

2025

Penulis,

HARYA ARDIANSYAH

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
BAB 2 LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Analisis Mikro Ekonomi	10
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Dari Sudut Pandang Ilmu Manajemen.....	14
2.1.3 Perilaku konsumen	17
2.1.4 Rokok Elektrik (<i>Vape</i>)	25
2.1.5 Regulasi Pemerintahan.....	28
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka berpikir konseptual	32
2.5 Hipotesis.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Definisi Operasional	33
3.3 Tempat dan Waktu penelitian	34
3.4 Teknik pengambilan sampel	34
3.5 Teknik pengumpulan data	35
3.6 Teknik analisis data.....	36
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Deskriptif Responden.....	42
4.1.2 Analisis Outer Model	44

4.1.3 <i>Outer Loading</i>	45
4.1.4 Average Variance Extracted (AVE).....	46
4.1.5 Cross Loadings	47
4.1.6 Test Inner Model	50
4.1.7 <i>Bootstrapping</i> (Uji Hipotesis)	51
4.2 Pembahasan.....	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna rokok di kota Medan berdasarkan usia.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	39
Tabel 3. 3 Rancangan Kuesioner Penelitian	41
Tabel 4. 1 Outer Loading	45
Tabel 4. 2 Discriminant Variabel	46
Tabel 4. 3 Cross loading.....	47
Tabel 4. 4 Fornell-Lacker Criterion	49
Tabel 4. 5 Composite Reliability	49
Tabel 4. 6 Cronbach Alpha	50
Tabel 4. 7 R Square	51
Tabel 4. 8 Path Coefficients (Bootstraping).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren penggunaan Rokok Elektrik Di Indonesia tahun 2019 – 2023...	2
Gambar 2. 1 Gambar Kurva Indiferensi.....	13
Gambar 2. 2 Budget Line	14
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
Gambar 4. 3 Outer Model	45

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

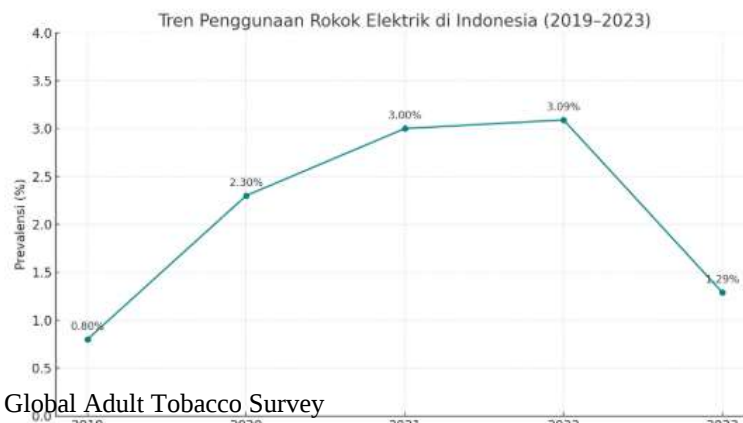
Penggunaan rokok elektrik atau vape telah mengalami peningkatan secara global, menjadi fenomena yang menyerupai kebiasaan merokok namun tanpa melibatkan pembakaran tembakau. Rokok elektrik adalah perangkat bertenaga baterai yang memanaskan cairan dan menghasilkan aerosol untuk dihirup. Aerosol ini umumnya mengandung nikotin, perasa, dan berbagai bahan kimia lainnya. Persepsi bahwa penggunaan vape mungkin merupakan alternatif yang lebih tidak berbahaya dibandingkan merokok telah berkontribusi pada popularitasnya. (*J. Trop. Pharm. Chem. 2017.*)

Perkembangan rokok elektrik atau *electronic cigarette* (e-cigarette) sebagai alternatif rokok konvensional semakin marak di berbagai negara, termasuk Indonesia. Meskipun awalnya diperkenalkan sebagai alat bantu berhenti merokok, kenyataannya penggunaan rokok elektrik kini lebih banyak diasosiasikan dengan perilaku konsumen, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Berdasarkan data *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) Indonesia 2021, sebesar 11,9% orang dewasa pernah mencoba rokok elektrik, dengan prevalensi tertinggi pada kelompok usia 15–24 tahun sebesar 27,1%.

Rokok elektrik adalah perangkat bertenaga baterai yang menguapkan cairan untuk dihirup, meniru pengalaman merokok tanpa proses pembakaran. Komponen utamanya meliputi baterai, elemen pemanas (*atomizer*), tangki cairan elektrik (*e-liquid*), dan corong. Ketika diaktifkan, elemen pemanas menguapkan cairan yang

biasanya mengandung nikotin, propilen glikol, gliserin nabati, perasa, serta bahan kimia lainnya (Farsalinos & Gillman, 2018).

Perangkat ini hadir dalam berbagai bentuk seperti cig-a-likes, vape pen, pod sistem, hingga mod yang dapat diisi ulang, yang menunjukkan pengaruh besar dari desain dan inovasi teknologi dalam daya tarik produk. Kandungan nikotin dalam e-liquid sangat bervariasi dan sering kali tidak konsisten dengan labelnya; bahkan produk yang diklaim bebas nikotin pun terkadang mengandung nikotin (Talih et al., 2019). Ribuan varian rasa yang ditawarkan juga menarik perhatian, terutama di kalangan remaja, sehingga meningkatkan risiko penggunaan di usia muda. Aerosol yang dihasilkan dari proses pemanasan ini mengandung senyawa berbahaya seperti formaldehida, asetaldehida, logam berat, dan senyawa organik volatil lainnya yang berdampak buruk bagi sistem pernapasan (Polosa et al., 2019).



Gambar 1. 1 Tren penggunaan Rokok Elektrik Di Indonesia tahun 2019 – 2023

Penggunaan rokok elektrik di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat selama empat tahun terakhir. Berdasarkan *Global Adult Tobacco Survey (GATS) 2021*, tercatat bahwa 3,0% penduduk Indonesia berusia 15 tahun

ke atas merupakan pengguna aktif rokok elektrik. Angka ini setara dengan sekitar 6,2 juta orang. Jika dibandingkan dengan data GATS 2011 yang hanya mencatat 0,3%, maka terjadi peningkatan sepuluh kali lipat dalam satu dekade. Kenaikan ini mencerminkan perubahan preferensi sebagian masyarakat dari rokok konvensional ke produk alternatif seperti rokok elektrik atau *vape*.

Penggunaan rokok elektrik di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan selama periode 2019 hingga 2022, sebelum akhirnya mengalami penurunan tajam pada 2023. Berdasarkan proyeksi tren dan data GATS 2021, pengguna rokok elektrik pada tahun 2019 diperkirakan masih berada pada kisaran 1,5% dari penduduk usia 15 tahun ke atas. Kemudian, pada tahun 2020, angka ini diperkirakan meningkat menjadi sekitar 2,25% sebagai bagian dari tren pertumbuhan tahunan yang konsisten. Data resmi dari *Global Adult Tobacco Survey (GATS) 2021* mencatat bahwa 3,0% penduduk usia ≥ 15 tahun adalah pengguna aktif rokok elektrik, meningkat sepuluh kali lipat dibandingkan GATS 2011 yang hanya mencatat 0,3%. Pengguna laki-laki mendominasi dengan 5,8%, sementara perempuan hanya 0,3%. Jumlah pengguna secara keseluruhan diperkirakan mencapai lebih dari enam juta orang pada 2021.

Menurut *BPS dalam Profil Statistik Kesehatan 2023*, penggunaan rokok elektrik mencapai titik tertinggi pada 2022, yaitu 3,09% dari penduduk usia ≥ 5 tahun. Namun, pada tahun 2023, justru menurun tajam menjadi 1,29%. Penurunan ini kemungkinan besar disebabkan oleh faktor regulasi, termasuk pengenaan cukai khusus sejak 2022, serta diperkuat oleh Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2024, yang membatasi peredaran dan promosi rokok elektrik, terutama terhadap kelompok rentan.

Di Sumatera Utara Hingga saat ini, data BPS yang secara spesifik mencatat jumlah pengguna rokok elektrik di kabupaten/kota dalam provinsi ini masih belum tersedia secara publik. Namun, BPS telah mempublikasikan data mengenai persentase perokok aktif (termasuk konvensional) usia ≥ 15 tahun per kabupaten/kota. Data ini memang belum mengisolasi pengguna rokok elektrik, tetapi tetap dapat menjadi indikator awal dalam melihat pola konsumsi produk tembakau secara umum di Sumut. Mengingat tren nasional yang menunjukkan peningkatan penggunaan vape hingga 2022, maka dapat diasumsikan bahwa jumlah pengguna rokok elektrik di Sumatera Utara juga mengalami kenaikan selama periode tersebut.

Tabel 1. 1 Pengguna rokok di kota Medan berdasarkan usia

Kota	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Sibolga	4,28%	19,17%	25,28%	15,02%	9,67%	3,9%
Tanjung balai	17,17%	39,84%	39,6%	39,02%	35,81%	26,31%
Pematang siantar	15,31%	41,82%	40,39%	44,14%	31,17%	18,88%
Tebing Tinggi	14,74%	36,83%	40,09%	36,27%	32,16%	19,21%
Medan	11,63%	33,41%	42%	42,36%	43,17%	16,34%
Binjai	12,2%	33,45%	36,23%	38,06%	33,86%	17,02%
Padang sidempuan	11,67%	30,9%	34,65%	31,06%	27,11%	17,47%
Gunung sitoli	16,84%	31,64%	35,91%	31,14%	26,22%	20,89%
Sumatera Utara	13,54%	35,02%	37,16%	35,04%	36,17%	20,88%

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan kelompok usia di berbagai kota di Provinsi Sumatera Utara. Secara umum, pola yang muncul menunjukkan bahwa kelompok usia produktif—khususnya usia 25 hingga 64 tahun—memiliki persentase tertinggi hampir di semua kota, menandakan bahwa tantangan sosial atau ekonomi paling berat justru terjadi pada populasi yang secara teoritis paling aktif dalam dunia kerja. Hal ini terlihat jelas di kota-kota seperti Medan, Pematang siantar, dan Tanjung balai, di mana angka untuk usia 35–54 tahun melebihi 40 persen, bahkan mendekati 45

persen di beberapa titik. Ini bisa menjadi indikasi kuat adanya tekanan ekonomi, lapangan kerja yang tidak memadai, atau kurangnya jaminan sosial di puncak usia produktif.

Sementara itu, kelompok usia muda (15–24 tahun) dan usia lanjut (65 tahun ke atas) menunjukkan angka yang lebih rendah secara umum, meskipun di kota-kota seperti Tanjungbalai dan Gunungsitoli, kelompok usia lanjut masih menyumbang angka cukup tinggi—lebih dari 20 persen—yang bisa mencerminkan ketergantungan ekonomi atau rendahnya perlindungan sosial bagi lansia. Sebaliknya, angka untuk kelompok muda sangat rendah di beberapa kota, terutama di Sibolga yang hanya 4,28 persen, mengindikasikan kemungkinan masih dominannya partisipasi dalam pendidikan atau belum sepenuhnya masuk ke pasar kerja.

Sibolga sendiri merupakan kota dengan nilai terendah di hampir semua kelompok usia, dan memiliki rata-rata keseluruhan yang sangat rendah dibandingkan kota lainnya, menjadikannya anomali positif dalam data ini. Dengan hanya 3,9 persen pada usia 65+, dan tidak lebih dari 25 persen pada puncak usia produktif, Sibolga menunjukkan performa sosial-ekonomi yang relatif lebih baik, atau setidaknya dampak dari indikator yang diukur lebih kecil. Di sisi lain, Tanjungbalai dan Pematangsiantar menonjol sebagai dua kota dengan angka tertinggi di hampir seluruh kelompok usia, mengindikasikan permasalahan yang meluas dan sistemik lintas generasi. Ini diperkuat dengan nilai rata-rata kota yang mencapai lebih dari 31 persen, jauh di atas rata-rata provinsi.

Jika dibandingkan dengan angka Sumatera Utara, terlihat bahwa sebagian besar kota besar justru memiliki nilai lebih tinggi dari rata-rata provinsi,

sementara kota-kota yang lebih kecil seperti Padangsidempuan dan Sibolga tampil lebih baik. Hal ini mungkin mencerminkan konsentrasi masalah sosial di pusat-pusat urban yang lebih padat dan dinamis.

Di Medan, penelitian terhadap anak dibawa umur menemukan bahwa jenis kelamin pria merupakan prediktor signifikan dalam penggunaan vape, seiring dengan persepsi bahwa rokok elektrik tidak seberbahaya rokok konvensional (Yulianti *et al.*, 2020). Faktor sosial seperti pengaruh teman sebaya, persepsi rendah terhadap bahaya, dan pemasaran dengan pendekatan rasa-rasa menarik juga memperkuat tren ini. Perbedaan perilaku berdasarkan gender mengindikasikan bahwa norma sosial, persepsi budaya, dan pendekatan pemasaran berperan besar dalam membentuk kebiasaan penggunaan rokok elektrik. Oleh karena itu, strategi pencegahan dan pengendalian penggunaan vape perlu mempertimbangkan pendekatan berbasis usia dan gender secara lebih spesifik.

Dampak perekonomian Indonesia terhadap konsumsi vape cukup kompleks. Di satu sisi, industri vape memberikan kontribusi ekonomi melalui cukai dan penjualan produk, namun di sisi lain, peningkatan konsumsi vape juga menimbulkan kekhawatiran terkait kesehatan masyarakat dan potensi dampaknya pada industri tembakau. Keberadaan rokok elektrik memberikan dampak positif terhadap perekonomian dengan meningkatnya penerimaan cukai dan pertumbuhan industri. Data bea cukai untuk vape, atau rokok elektrik, di Indonesia menunjukkan bahwa cairan vape (liquid vape) dikenakan tarif cukai sebesar 57% dari harga jual eceran (HJE), yang mulai berlaku sejak 1 Juli 2018. Ketentuan ini diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 146/2017. Bea Cukai

juga telah melakukan berbagai upaya untuk menertibkan peredaran vape ilegal dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya membeli produk berpita cukai. Cukai vape dihitung berdasarkan harga jual eceran (HJE) dan tarif cukainya adalah 57%, Cairan vape dianggap sebagai Barang Kena Cukai (BKC) karena mengandung unsur tembakau dan dikenakan cukai karena berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi kesehatan dan juga merupakan sumber penerimaan negara.

Fenomena penelitian pada kota Medan menunjukkan bahwa Tingkat penggunaan rokok elektrik di kota Medan di pengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah gaya hidup, gaya hidup dikota metropolitan menyebabkan angka penggunaan vape semakin tinggi, faktor lain adalah faktor psikologis dan lingkungan sosial dimana sangat mempengaruhi gaya hidup dan pola hidup seseorang sehingga membuat konsumen vape memilih untuk menggunakan vape (Oktari, 2023). Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Medan mencatat pada tahun 2021, proporsi pengguna rokok usia 15-24 tahun sebanyak 11,63%, usia 25-34 tahun sebanyak 33.415 orang, dan usia 35-44 tahun sebanyak 42%. Ditinjau dari tingkat pendidikan, 63,9% perokok mempunyai pendidikan SD dan SMP, 68,1% berpendidikan SMP, dan 59,5% berpendidikan SMA (BPS, 2023).

1.2 Identifikasi Masalah

1. kurangnya pemahaman tentang rokok elektrik menjadi penyebab semakin tingginya tingkat pengguna vape
2. Pada kelompok usia muda penggunaan vape di anggap sebagai Solusi agar tidak merokok tembakau.

3. Jumlah data pengguna rokok elektrik di kota Medan semakin meningkat dalam 5 tahun terakhir

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka peneliti berfokus membatasi masalah pada determinan pengguna rokok elektrik di kota Medan.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan penggunaan rokok elektronik di kota Medan, dalam waktu 2019-2024.
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi penggunaan rokok elektronik di kota Medan

1.5 Tujuan Penelitian

1. Melakukan Analisis secara deskriptif untuk mengetahui penggunaan rokok elektrik di kota Medan tahun 2025
2. Melakukan Analisis faktor – faktor utama yang memengaruhi konsumsi rokok elektrik (vape) di kota Medan

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Analisis Mikro Ekonomi

Teori ekonomi mikro mula-mula dikembangkan oleh ahli-ahli ekonomi klasik pada abad ke-18 dan 19, seperti Adam Smith, David Ricardo, yang selanjutnya dikembangkan oleh Marshall dan Pigou. Guna menyusun teorinya, ahli-ahli ekonomi klasik (mikro) mendasarkan pada anggapan-anggapan dasar tertentu. Berikut adalah anggapan-anggapan dasar itu.

- a. Setiap subjek ekonomi selalu bertindak ekonomis rasional, yakni para konsumen selalu berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal dari setiap barang dan jasa yang dikonsumsi, sementara produsen selalu berusaha untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.
- b. Setiap subjek ekonomi mempunyai informasi yang lengkap atas segala sesuatu yang terjadi di pasar.
- c. Tingkat mobilitas yang tinggi, sehingga para subjek ekonomi dapat segera menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi di pasar.
- d. Berdasarkan anggapan-anggapan tersebut di atas, para ahli ekonomi klasik berkeyakinan bahwa kegiatan ekonomi akan berkembang secara efisien, pertumbuhan ekonomi akan semakin meningkat, dan akan tercapai kesempatan kerja penuh (full employment).

Adam Smith juga menjelaskan bahwa dalam perekonomian bebas, tanpa campur tangan pemerintah, perekonomian akan mencapai kondisi keseimbangannya melalui mekanisme harga yang terjadi di pasar. Ini yang

sering disebutnya dengan konsep the invisible hand, Teori tingkah laku konsumen dapat dipelajari dengan dua pendekatan yang bisa digunakan menurut (Mokobane, 2019) , yaitu:.

1) Teori Utility

Kepuasan (utility) yang diperoleh dari mengkonsumsi satu barang akan mempengaruhi keputusan konsumen tentang berapa banyak komoditas yang akan dibeli. Makin tinggi kepuasan atau kegunaan total yang diperoleh oleh konsumen, maka akan semakin baik. Keputusan membeli yang optimal akan menjamin kepuasan totalnya maksimum, Dalam pendekatan ini, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif dan menggunakan titik tolak konsep utilitas. Setiap barang mempunyai utilitas, karena barang tersebut mampu memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan barang tersebut. Oleh karena itu, kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang/jasa dinamakan nilai guna atau utility.

Utility merupakan sebuah konsep yang abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Sebuah konsep tentang cita rasa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. Utility akan didapatkan oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Tingkat utility yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan. Namun sampai saat ini, utility tetap digunakan sebagai standar untuk mengukur nilai kepuasan. Misalnya, secangkir teh bernilai utility 10, secangkir kopi nilainya 8, secangkir susu 20, dan sebagainya. Biasanya,

preferensi seseorang atas barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh tingkat utility yang terdapat dalam komoditas tersebut.

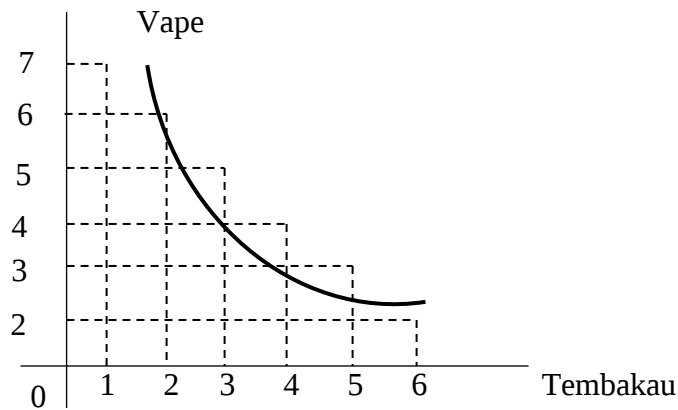
2) Teori Kurva Indiferens

Teori ini muncul karena beberapa ahli ekonomi merasa tidak puas dengan teori yang pertama (pendekatan kardinal). Aliran ini menyatakan bahwa kepuasan dalam bentuk angka adalah kurang tepat, karena kepuasan adalah sesuatu yang tidak mudah untuk diukur. Teori ini dikembangkan antara tahun 1880-an sampai dengan tahun 1930-an. Pada tahun 1881, ahli ekonomi Inggris yang bernama Francis Y. Edgeworth memperkenalkan manfaat kurva indifferen. Cara Edgeworth ini pada tahun 1906 sedikit diubah dan dikembangkan lagi oleh ekonom Itali yang bernama Vilfredo Pareto. Dan pada akhirnya pada tahun 1930-an dua ekonom Inggris yang bernama John R. Hicks dan R.G.D. Allen memperluas dan mempopulerkan penggunaan analisis kurva indifferen.

Tingkat kepuasan (utility function) digambarkan oleh kurva indifferen (indifference curve). Biasanya yang digambarkan adalah utility function antara dua barang (atau jasa) yang keduanya memang Tingkat kepuasan (utility function) digambarkan oleh kurva indifferen (indifference curve). Biasanya yang digambarkan adalah utility function antara dua barang (atau jasa) yang keduanya memang.

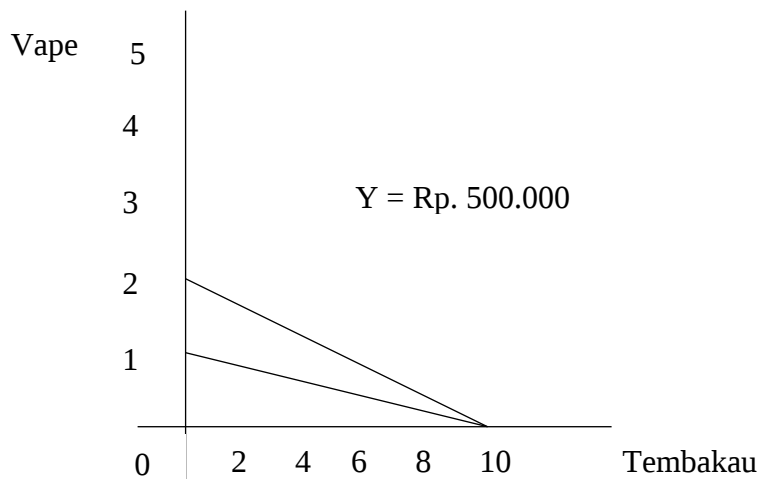
Kurva indifferensi digambarkan dengan bentuk yang cembung terhadap titik origin (0). Kemiringannya menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Hal ini karena aksioma rasionalitas lebih banyak akan lebih baik (the more is the

better). Semua kombinasi titik pada kurva indiferensi yang sama memiliki tingkat kepuasan yang sama.



Gambar 2. 1 Gambar Kurva Indiferensi

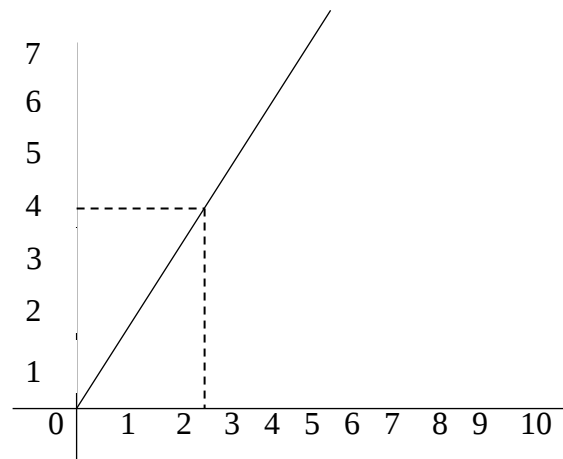
Dalam kurva indiferensi, semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang, semakin tinggi pula kurva indiferensinya. Secara grafis, tingkat kepuasannya yang lebih tinggi digambarkan dengan tingkat kepuasan yang letaknya di sebelah kanan atas. Garis anggaran merupakan gambaran grafis dari semua kemungkinan kombinasi dua komoditas yang dapat dibeli dengan pendapatan dan biaya yang diberikan, sehingga harga dari setiap kombinasi tersebut setara dengan pendapatan moneter pelanggan. Budget line dengan $y = 500.000$ yaitu pendapatan pengguna vape, Adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Budget Line

Dari kurva diatas dapat disimpulkan bahwa dengan budget line tersebut dapat memberikan perbandingan jumlah vape dengan rokok tembakau.

Titik keseimbangan dari kedua grafik Adalah sebagai berikut :



2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Dari Sudut Pandang Ilmu Manajemen

Teori perilaku konsumen dalam ilmu manajemen mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan dalam membeli, menggunakan, dan membuang produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ini melibatkan pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut, baik faktor internal (psikologis, pribadi) maupun faktor eksternal (sosial, budaya) (Prasetya, 2021). Pemasar menggunakan teori ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memahami perilaku konsumen dalam berbagai konteks. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen:

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah suatu hal yang dapat mempengaruhi tindakan dari dalam diri seseorang masing-masing, mempelajari atau menganalisa perilaku konsumen adalah sangat kompleks, terutama karena

banyaknya variabel yang mempengaruhi dan kecenderungan untuk aling berinteraksi Baik dari proses pengambilan keputusan untuk memilih atau memakai suatu produk atau jasa (Wahyuni & Pramono, 2021) .

(Nafali & Soepeno, 2016) mengatakan Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, seperti:

a) Motivasi

Kebutuhan akan mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhannya tersebut. Dalam urutan kepentingan, jenjang kebutuhannya adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan pengaktualisasian diri. Mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting. Kalau sudah terpuaskan, kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan mencoba memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya. Misalnya orang yang kelaparan (kebutuhan fisiologis) tidak akan tertarik dengan apa yang terjadi dalam dunia seni (kebutuhan mengaktualisasikan diri), tidak juga pada bagaimana orang lain memandang dirinya atau penghargaan orang lain (kebutuhan sosial atau penghargaan), bahkan tidak tertarik juga pada apakah mereka menghirup udara bersih (kebutuhan rasa aman)

b) Pengetahuan

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pentingnya praktik dari teori pengetahuan bagi pemasar adalah mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi, dan memberikan peranan positif.

c) Keyakinan dan sikap

Melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya mempengaruhi tingkah laku membeli. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan yang sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi atau mungkin tidak. Pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan ini mungkin didasarkan pada pengetahuan sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi dan mungkin tidak. Pemasar/perusahaan tertarik pada keyakinan bahwa orang yang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik, karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi tingkah laku membeli yang mempengaruhi tingkah laku membeli. Bila ada sebagian keyakinan yang salah dan menghalangi pembelian, pemasar pasti ingin meluncurkan usaha untuk mengoreksinya. Sikap menguraikan evaluasi, perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka

pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu mengenai mendekati atau menjauhinya.

2.1.3 Perilaku konsumen

Menurut Sultan (2019) Perilaku konsumen merupakan proses yang dinamis yang mencakup Perilaku konsumen individual kelompok, dan anggota masyarakat yang secara terus menerus mengalami perubahan.

Sedangkan menurut Sukmsa et al (2018) Batasan Perilaku konsumen merujuk pada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Batasan tersebut Perilaku konsumen meliputi semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari, membeli menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk. Dalam kegiatan mencari, tentu bukan terbatas dalam mencari barang dan atau jasa yang dibutuhkan, melainkan juga mencari informasi yang terkait dengan barang-barang yang dibutuhkan dan diinginkan.

Menurut levi (2019) Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Penggunaan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan setiap konsumen.

Menurut Gama (2020) Perilaku konsumen menerangkan perilaku seseorang dalam menghabiskan waktu, tenaga, dan uangnya untuk suatu objek. Hal ini tercermin dari sikap, ketertarikan seseorang terhadap sesuatu dan pendapatnya tentang suatu hal, oleh karena itu perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai sikap pribadi seseorang.

Sedangkan menurut Setiadi (2020) perilaku konsumen adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat).

Dari definisi diatas disimpulkan bahwa Perilaku konsumen merupakan Tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk merespon pada saat menerima barang dan jasa.

a. Faktor- faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumen

Menurut (Kotler, 2019) adalah sebagai berikut :

1. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan pengaruh paling luas dan dalam pada Perilaku konsumen. Faktor Budaya terdiri dari beberapa sub faktor antara lain, sub budaya dan kelas sosial

- a) Sub budaya merupakan kelompok yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Subbudaya meliputi agama, ras, kelompok dan daerah geografis.
- b) Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagai nilai, minat, perilaku yang sama.

2. Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor faktor sosial. Faktor sosial terdiri dari beberapa sub faktor seperti kelompok refrensi, keluarga serta peran dan status.

- a) Kelompok referensi Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau referensi dalam membentuk respon afektif dan kognitif dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standard atau nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok acuan adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.
- b) Keluarga Keluarga memberikan peranan besar akan perilaku manusia, sehingga perilaku pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh keluarga.
- c) Peran dan status Seseorang memiliki beberapa kelompok seperti keluarga, perkumpulan atau organisasi. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang sehingga memberikan status. Seseorang memilih produk yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran mereka dan setiap peranan akan membawa status berupa penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat.

b. Indikator Perilaku konsumen

Menurut (Kotler, 2018), indikator Perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1. *Cognitive component* Kepercayaan konsumen dan persepsi tentang objek. Objek yang dimaksud adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek atau produk, maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan menekankan bahwa kognitif sebagai bentuk atas kepercayaan akan terbentuk melalui pengetahuan, karena akan melalui proses mengetahui atribut dan manfaat yang mana mempengaruhi kepercayaan konsumen.
2. *Affective component* emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. Afektif juga mencerminkan motivasi yang mana seseorang akan mengalami dorongan emosi & fisiologis. Dalam pembelian impulsif (*impulse purchase*), perasaan (*afektif*) yang kuat akan diikuti dengan tindakan pembelian
3. *Conative component* merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan, tindakan pada komponen konatif adalah keinginan berperilaku (*behavioral intention*), maka variabel tindakan pengunjung dalam penelitian ini bisa diukur dengan indikator atas produk yang diinginkan atau dipilih konsumen.

3. Lingkungan

Lingkungan sosial adalah individu atau kelompok dalam lingkungan masyarakat yang dapat melakukan tindakan dan perubahan perilaku baik dari dalam maupun dari luar lingkungannya. Walgito

mengatakan bahwa lingkungan sosial itu adalah lingkungan masyarakat yang terdapat interaksi antara individu dengan individu lain di dalamnya.

Lingkungan sosial merupakan suatu tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren, dan sebagainya. Jadi lingkungan sosial adalah semua orang dan suasana tempat yang dapat mempengaruhi kita baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Sumaatmadja lingkungan sosial terdiri dari kelompok manusia sendiri. Lingkungan sosial menurut Purwanto ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Setiadi dan Kolip yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren, dan sebagainya.

Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat pergaulan antar satu orang dengan orang lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi. Lingkungan sosial juga dapat diartikan sebagai semua lingkungan sosial yang ada pada masyarakat yang terjadi antara konsumen dengan orang di sekelilingnya atau antara banyak orang (Hariani, 2020). Lingkungan sosial adalah orang-orang lain yang berada dalam sekeliling konsumen dan termasuk perilaku dari orang-orang tersebut yang akan mempengaruhi dalam pembelian produk.

Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa lingkungan sosial merupakan suatu tempat manusia melakukan berbagai macam interaksi sosial, baik itu interaksi dengan anggota keluarga, interaksi di lingkungan sekolah dan interaksi dengan kelompok masyarakat sekitar. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tentunya tidak akan dapat mempertahankan kehidupannya tanpa bantuan dari lingkungan keluarganya, teman-temannya dan orang-orang yang berada disekitarnya. Maka karena itulah lingkungan sosial justru tampak dapat memberikan pengaruh yang sangat besar dan signifikan terhadap kehidupan manusia sehari-hari baik itu dalam lingkungan keluarga, lingkungan sekolah maupun dalam lingkungan Masyarakat

a) Macam-macam Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dibedakan menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan sosial primer

Lingkungan sosial primer merupakan salah satu jenis lingkungan sosial yang mana terdapat sebuah hubungan yang erat diantara anggota satu dengan anggota lainnya, anggota satu yang saling mengenal baik dengan anggota yang lainnya.

2. Lingkungan sosial sekunder

Lingkungan sosial sekunder yaitu salah satu jenis lingkungan sosial yang memiliki hubungan diantara anggota satu dengan anggota yang lainnya memiliki jarak atau kurang akrab.

b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Sosial

Berdasarkan kedekatannya dengan konsumen, lingkungan sosial konsumen terbagi dalam lingkungan makro dan lingkungan mikro. Lingkungan mikro adalah lingkungan yang sangat dekat dengan konsumen. Lingkungan mikro dapat mempengaruhi langsung perilaku, sikap dan kognitif konsumen secara langsung. Misalnya: keluarga yang tinggal dengan konsumen langsung adalah lingkungan mikro. Lingkungan makro adalah lingkungan yang ada diluar konsumen. lingkungan makro berskala luas, seperti sistem politik dan hukum keadaan perekonomian, sosial, budaya. Contoh: penurunan atau kenaikan dolar akan mempengaruhi daya beli konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi lingkungan sosial, yaitu:

1. Mass media

Pada saat ini peranan mass media dapat membantu para siswa untuk memberikan edukasi atau pengetahuan. Adanya tayangan pada televisi, website, siaran radio ataupun media lain yang kurang baik dapat mempengaruhi siswa dalam pemikiran mereka sehingga membuat pemikiran mereka lebih dewasa sebelum waktunya, dan akibatnya dapat membuat penurunan pada niali atau hasil belajar para siswa. Dan sebaliknya apabila siswa memperoleh tayangan yang baik pada media tersebut sehingga dapat menambah pengetahuan siswa maka dapat membantu siswa dalam meningkatkan nilai dalam belajarnya.

2. Teman bergaul

Teman sebagai lingkungan pergaulan anak yang dapat memberikan pengaruh terhadap pola perilaku mereka. Apabila mereka mendapatkan teman dengan lingkungan yang gemar untuk belajar ataupun melakukan kegiatan positif hal tersebut dapat memberikan pengaruh yang baik pada anak. Begitupun sebaliknya apabila teman bergaul mereka lebih cenderung malas belajar dan lebih sering untuk bermain maka akan memberikan pengaruh yang buruk bagi anak tersebut karena dapat mengakibatkan prestasi belajar mereka menurun.

3. Kehidupan bermasyarakat

Dalam kehidupan bermasyarakat misalnya jika warganya memiliki kegiatan yang gemar untuk tolong menolong dan gotong royong maka akan memberikan pengaruh yang positif untuk anak tersebut. Namun apabila dalam lingkungan masyarakat memiliki kebiasaan yang lebih suka untuk berbuat hal negatif seperti malas belajar maka akan membuat prestasi belajarnya menurun.

c) Indikator lingkungan sosial

Lingkungan sosial merupakan lingkungan orang lain yang dapat berpengaruh terhadap seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun indikator yang mempengaruhi lingkungan sosial secara langsung, yaitu:

1. Lingkungan keluarga
2. Lingkungan sebaya
3. Lingkungan sekolah
4. Lingkungan masyarakat

2.1.4 Rokok Elektrik (*Vape*)

2.1.4.1 Pengertian Rokok Elektrik (*Vape*)

Rokok elektrik adalah sebuah perangkat yang dirancang untuk menghantarkan nikotin tanpa asam tembakau dengan cara memanaskan larutan nikotin, perasa, propilen glycol dan glycerin. Rokok elektrik atau lebih terkenal dengan nama vaporizer merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti rokok tembakau, karena rokok elektrik ini tidak mengandung tar dan karbonmonoksida yang terkandung di rokok tembakau, tetapi rokok elektrik tetap mengandung senyawa nikotin yang dosisnya sangat rendah (Pengabdian, 2021).

Rokok elektrik adalah sebuah perangkat yang dirancang untuk menghantarkan nikotin tanpa asap tembakau dengan cara memanaskan larutan nikotin, perasa, propilen glikol dan gliserol (Penggunaan et al., 2024). Rokok elektrik atau lebih terkenal dengan nama vaporizer merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti rokok tembakau, karena rokok elektrik ini tidak mengandung tar dan karbonmonoksida yang terkandung di rokok tembakau, tetapi rokok elektrik tetap mengandung senyawa nikotin .

(Diana et al., 2020) menjelaskan bahwa rokok elektronik terlihat seperti rokok tembakau, namun tidak mengandung tembakau. Sebagai

gantinya, mereka terdiri dari selubung logam dimana pembawa energi bertenaga baterai menghasilkan uap untuk menghirup dari selubung yang mengandung propilen glikol atau gliserol, flavours, dan nikotin.

World Health Organization (WHO) telah melakukan pembahasan mengenai rokok elektrik dalam pertemuan internasional Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) pada tahun 2014 yang menyarankan negara-negara anggotanya untuk merumuskan kebijakan untuk pembatasan promosi tentang rokok elektrik, upaya meminimalkan resiko kesehatan, melarang klaim kesehatan terhadap rokok elektrik. disebutkan pula bahwa rokok elektrik tetap memberi ancaman kesehatan, dan bisa menjadi awal untuk menjadi perokok (BPOM, 2015).

Dari definisi diatas disimpulkan bahwa rokok elektrik (*Vape*) merupakan salah satu jenis rokok yang mengalami perubahan sehingga dikemas menjadi lebih modern dan lebih menarik.

2.1.4.2 Kandungan Rokok Elektrik

Cairan pada katrid rokok elektrik pada umumnya berisi larutan terdiri dari propylene glycol, glycerol, nikotin, dan perisa (flavoring) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nikotin, merupakan senyawa bersifat toksik yang sangat kuat dan kompleks. Nikotin yang digunakan dalam jangka waktu yang lama akan terakumulasi dalam tubuh dan mengakibatkan gangguan pada pembuluh darah, seperti penyempitan atau pengentalan darah, sehingga walaupun jumlahnya lebih sedikit pada rokok elektrik apabila terakumulasi akan sama bahayanya dengan rokok konvensional. Akibat yang ditimbulkan

dari nikotin adalah efek kecanduan atau ketergantungan, merusak jaringan otak, kerusakan jantung, kerusakan paru-paru serta kerusakan pada hati (Hayati et al., 2020)

- b) Propilen glikol dan gliserol adalah humektan dan emollient dalam produk kosmetik. Pada rokok elektrik kedua zat ini berfungsi sebagai alat angkut untuk nikotin dan perisa serta membuat uap seperti asap rokok. Kadar propilen glikol berkisar 60%-90% dan gliserol lebih dari 15% dalam e-liquid rokok elektrik. Masalah kesehatan yang ditimbulkan dari asap buatan hasil pemanasan yang mengandung zat ini yaitu sakit tenggorokan, asma, dan penurunan fungsi paru paru (Mawardah & Darma, 2021)
- c) Perisa (flavoring) dalam rokok elektrik diklaim sama seperti perisa dalam produk makanan namun keamanan penggunaan perisa pada rokok elektrik belum teruji secara ilmiah dan disetujui, dikarenakan perisa (flavoring) ini diproses dengan dipanaskan lalu diuapkan dan diinhalasi sampai ke paru-paru, contohnya Diacetyl (butanedione or butane-2,3-dione) walaupun dinyatakan aman untuk dikonsumsi langsung sebagai flavoring dalam mentega namun ketika diinhalasi dapat berpotensi menyebabkan bronchiolitis obliteransi, penyakit hati yang sangat serius (Kaparang et al., 2021)

2.1.4.3 Jenis-jenis Rokok Elektrik

Menurut (Hayati et al., 2020) Ada beberapa ukuran dan bentuk yang tersedia untuk rokok elektronik ini. Jenis-jenis rokok elektronik yang tersedia adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Pen, Memiliki bentuk seperti pena dan menjadi vape terkecil dibandingkan varietas lainnya, cara kerja jenis vape ini dengan memanaskan cairan vape agar dapat menghasilkan uap.
- b. Jenis Portabel, Dibandingkan dengan jenis pena, rokok elektronik portabel atau vape ini berukuran lebih besar. Terdapat elemen pemanas dan komponen baterai pada alat penguap ini. Rasa lebih enak dan asap lebih sedikit dihasilkan dengan vape portabel karena cairan vape tidak bersentuhan dekat dengan elemen pemanas. Sebaliknya, masa pakai baterai pada umumnya vape portabel adalah dua hingga tiga jam atau lebih.
- c. Jenis Desktop, Jenis rokok elektrik terbesar adalah alat penguap desktop. Selain itu, agar dapat beroperasi dengan benar, alat penguap desktop harus ditempatkan pada permukaan yang rata dan memiliki pasokan listrik yang stabil. Dibandingkan jenis vape lainnya, alat penguap desktop menghasilkan panas lebih tinggi, rasa lebih tajam, dan lebih banyak uap karena sumber energinya yang stabil. (Munthe, 2024)

2.1.5 Regulasi Pemerintahan

Regulasi adalah peraturan atau kebijakan yang dibuat untuk mengatur, mengendalikan, atau mengarahkan perilaku individu, kelompok, atau organisasi dalam suatu bidang tertentu. Tujuan regulasi bisa beragam, mulai dari menjaga keamanan, kesehatan, hingga memastikan keadilan dalam masyarakat.

Secara lebih rinci, regulasi dapat dipahami sebagai:

Peraturan atau Ketentuan:

Regulasi berupa aturan-aturan yang mengikat dan harus dipatuhi, baik yang dibuat oleh pemerintah maupun lembaga terkait.

Cara Pengendalian:

Regulasi berfungsi sebagai alat untuk mengendalikan perilaku dan aktivitas dalam masyarakat, sehingga sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Instrumen Kebijakan:

Regulasi adalah salah satu instrumen yang digunakan pemerintah untuk mencapai tujuan kebijakan, seperti menciptakan pasar yang adil atau melindungi kepentingan publik.

Pemerintah Indonesia sedang menyiapkan regulasi untuk mengontrol penggunaan vape atau rokok elektrik, yang saat ini belum memiliki aturan khusus. Regulasi ini bertujuan untuk mengendalikan peredaran vape, termasuk pembatasan usia pengguna, pelarangan penjualan eceran, dan pengaturan iklan serta promosi.

Berikut beberapa poin penting terkait regulasi vape di Indonesia:

1. Kemasukan Vape dalam Produk Tembakau
2. Pengawasan Bahan Adiktif
3. Pajak rokok elektrik
4. Larangan penjualan eceran

5. Pengawasan penjualan
6. Pengaturan usia
7. Peringatan kesehatan

2.3 Penelitian Terdahulu

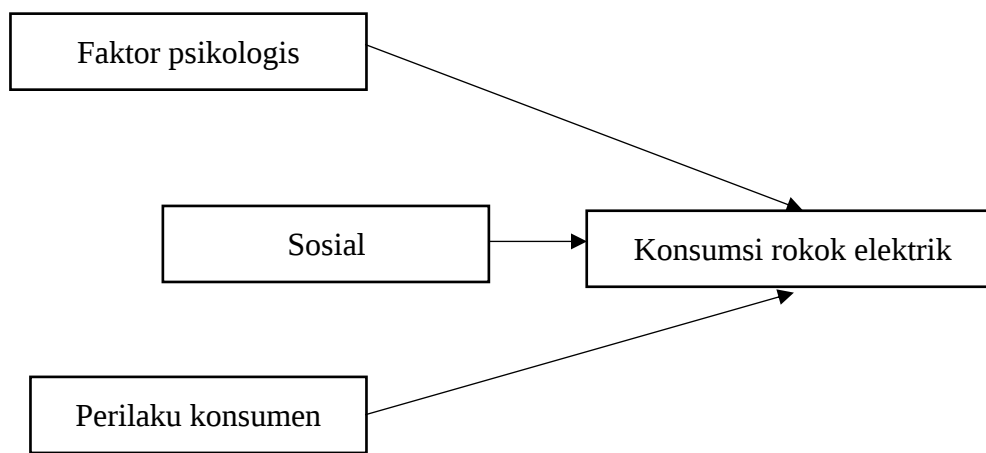
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Variabel penelitian	Kesimpulan
1.	Dania Tria Agina 1, Fenti Dewi Pertiwi 2, Ichayuen Avianty 3 2019	Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Penggunaan Vapor Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Bina Sejahtera 2 Kota Bogor	Pengetahuan, sikap, hubungan dengan ketersediaan	Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku penggunaan vapor di kalangan siswa, yang dilakukan terhadap 58 siswa di SMK Bina Sejahtera 2 Kota Bogor. Hasil pengujian hipotesis menggunakan Chi-Square Test, variabel yang berhubungan dengan perilaku penggunaan rokok elektrik adalah ketersediaan rokok elektrik (p-value = 0,017), keterjangkauan rokok elektrik (p-value = 0,026), dan pengaruh teman (p-value = 0,028)
2	Muhammad Firdaus 2019	Konstruksi Makna Bagi Wanita Pengguna Vape Di Kota Pekanbaru	Motif, pemaknaan, pengalaman komunikasi	Motif wanita pengguna vape di kota Pekanbaru terbagi atas dua yaitu motif karena (because motive) dan motif untuk (in order to motive). Motif karena (because motive) karena adanya rasa nyaman dan ramah lingkungan, sedangkan

				motif untuk (in order to motive) karena adanya berhenti merokok dan kepercayaan diri.
3	Dima nurohma hayati 2021	Gambaran Ketergantungan Nikotin pada Rokok Elektronik/Vape Dikalangan Mahasiswa Yogyakarta	Pendapatan, kandungan, perilaku	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik demografi didominasi oleh laki-laki, mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan sarjana (S1) dan dengan pendapatan uang saku dibawah upah minimum. Penggunaan rokok vape dikalangan mahasiswa dapat menyebabkan ketergantungan nikotin dengan kategori low to moderate.
4	Piqih Akbar 2021	Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Rokok Elektrik) Pada Mahasiswa	Lingkungan, teman, gaya hidup	Hasil penelitian yang ditelaah secara kritis di dalam literature review ini bahwa hasil pengetahuan tentang pengguna rokok elektrik pada mahasiswa kurang baik dikarenakan. berdasarkan 2 dari 3 jurnal mahasiswa tidak tahu dampak buruk kesehatan dari mengkonsumsi rokok elektrik. berdasarkan 1 dari 4 jurnal mahasiswa tahu akan dampak buruk kesehatan pada dirinya. berdasarkan hasil kualitatif ada

				hubungan antara gaya hidup dan pengguna vavor di wilayah semarang .kuantitatif tidak ada hubungan antara pengetahuan,sikap dan pengguna vavor di wilayah kecamatan pontianak barat
--	--	--	--	--

2.4 Kerangka berpikir konseptual



2.5 Hipotesis

1. Faktor psikologis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik di kota Medan
2. Faktor sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik di kota Medan
3. Faktor perilaku konsumen memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik di kota Medan

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah menggunakan metode kuantitatif, dimana penelitian menggunakan skala pengukuran likert yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, penelitian dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang menggunakan skala likert.

3.2 Definisi Operasional

Pada umumnya definisi operasional digunakan untuk dapat memahami secara rinci setiap variabel yang ada dalam penelitian secara simultan atau keseluruhan.

Dibawah ini tabel dari definisi operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Penjelasan	Indikator	Sumber
1	Faktor psikologis	Faktor psikologis adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu yang dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan, termasuk keputusan pembelian. Faktor-faktor ini meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan sikap.	Sikap Motivasi	https://doi.org/10.1016/j.cpr.2008.12.001
		Lingkungan keluarga Teman bergaul Media sosial		https://etheses.iainkediri.ac.id
2	Sosial	Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk	Lingkungan keluarga Teman bergaul Media sosial	https://communication.uui.ac.id

		memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ini adalah proses panjang yang dilalui konsumen, mulai dari mencari hingga menggunakan produk, dan melibatkan pertimbangan, pengambilan keputusan, serta evaluasi setelah pembelian.		
3	Perilaku konsumen	Pengguna vape adalah orang yang menggunakan rokok elektronik atau vape. Vape bekerja dengan memanaskan cairan yang biasanya mengandung nikotin, menghasilkan uap yang kemudian dihirup penggunaanya.	Persepsi Gaya hidup	https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11482
4	Konsumsi rokok elektrik	Pengguna vape adalah orang yang menggunakan rokok elektronik atau vape. Vape bekerja dengan memanaskan cairan yang biasanya mengandung nikotin, menghasilkan uap yang kemudian dihirup penggunaanya.	Faktor psikologis Sosial Perilaku konsumen	https://rs.ui.ac.id

3.3 Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian dilakukan di Sumatera Utara, Medan. Penelitian dilakukan pada Masyarakat Medan yang menggunakan vape dan waktu penelitian dilakukan pada bulan April dan Mei.

3.4 Teknik pengambilan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah bagian dari keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik yang dapat diamati oleh peneliti Sugiyono (2020), penentuan populasi pada penelitian ini adalah menggunakan teknik non probability sampling, non Probability sampling Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota

populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Dalam metode ini, pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan subjektif peneliti atau kriteria tertentu, bukan secara acak.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020), sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran Sugioyo (2020) :

$$n = \frac{z^2 p q e^2}{}$$

$$n = \frac{1,96^2 (0,5) (0,5) (0,10)^2}{}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96$$

Keterangan

n = sampel

z = inovasi dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Dari perhitungan diatas, sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04, kemudian angka tersebut dibulatkan menjadi 96 orang responden.

3.5 Teknik pengumpulan data

Menurut (Sugiyono, 2020) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi

(pengamatan), dan gabungan ketiganya. Pada penelitian ini teknik penelitian yang digunakan adalah teknik penelitian dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu generasi milenial. Menurut Sugiyono (2020) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini ialah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap pendapat, dan perilaku konsumenseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

3.6 Teknik analisis data

A. Analisis Faktor

1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2019) Analisis deskriptif merupakan analisis yang memberi gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian maksimum, dan minimum. Sampel statistik deskriptif mampu meningkatkan profil dari perusahaan yang diteliti dan hasilnya akan dikumpulkan untuk diolah kembali berupa tabel dengan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan penilaian minimum serta maksimum. pirangkat lunak Smart PLS akan menjadi analisis deskriptif sebagai media penelitian.

2. Analisis Outer Model

Outer model dalam konteks Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah model pengukuran yang menggambarkan hubungan antara variabel laten (yang tidak terlihat langsung) dengan indikator-indikatornya (variabel teramati). Outer

model berfungsi untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten tersebut. .

Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. Convergent Validity Indikator ini dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari standardized loading factor yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran atau indicator dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur.
- b. Discriminant Validity Merupakan model pengukuran dengan indicator akan dinilai berdasarkan crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Adapun metode lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai (AVE) squareroot of average variance extracted.
- c. Composite reliability Merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk pada view latent variable coefficients. Untuk mengevaluasi composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan cronbach's alpha. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi. Cronbach's Alpha merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite

reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,7$

3. Uji model structural/inner model

a. R square, Test inner model dalam penelitian ini yaitu R-square adalah suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai perubahan R Square dapat digunakan mengetahui pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen.

b. F-square adalah ukuran effect size yang digunakan dalam analisis jalur (path analysis) atau Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) ketika sebuah konstruk dihilangkan dari model. Nilai F-square berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin besar nilainya, semakin kuat pengaruh variabel tersebut. Interpretasi Nilai:

Nilai F-square kecil (misalnya, 0.02) menunjukkan pengaruh yang lemah.

Nilai F-square sedang (misalnya, 0.15) menunjukkan pengaruh yang sedang.

Nilai F-square besar (misalnya, 0.35) menunjukkan pengaruh yang kuat berdasarkan Garson, 2016.

c. *Bootstrapping* adalah suatu proses dalam Smart PLS untuk menilai tingkat signifikansi atau probabilitas dari *direct effects*, *indirect effects*, dan *total effects*. *Bootstrapping* bertujuan untuk digunakan

sebagai metode penyampelan berulang (*resampling*) dengan cara mengubah data dari sampel yang telah diperoleh

B. Skala Pengukuran

Kuesioner pada penelitian ini diukur dengan memakai skala Likert's. Menurut bahwa skala Likert ialah skala yang dipakai untuk mengukur pendapat, sikap, dan tanggapan seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian sosial. Adapun kontribusi skor memakai skala Likert mempunyai tingkata sangat positif sampai sangat negatif menyatakan pada kelima pilihan jawaban berikut seperti pada tabel:

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Validitas Instrumen

Jika suatu instrumen pengukuran dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur, instrumen itu dikatakan valid. Ini adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data yang sesuai dengan ukuran yang sebenarnya yang ingin diukur (Hafsah, 2023). Membuat kesimpulan dengan membandingkan nilai hitung r dan nilai tabel r . Kriterianya adalah bahwa jika nilai hitung r lebih besar ($>$)

3	Lingkungan keluarga	2 Pernyataan					
4	Teman bergaul	2 Pernyataan					
5	Media social	2 pernyataan					
Perilaku konsumen							
6	Persepsi	2 Pernyataan					
7	Gaya hidup	2 pernyataan					

Tabel 3. 3 Rancangan Kuesioner Penelitian

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Pengguna Rokok di Medan

Pengguna rokok di Medan sebagian besar berada pada kelompok usia produktif seperti 25-34 tahun dan 35-44 tahun, dengan tingkat konsumsi yang tinggi, meskipun ada juga prevalensi di kalangan remaja dengan pengetahuan rendah tentang bahaya merokok dan penerapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR).

Berikut adalah beberapa deskripsi lebih lanjut:

Kelompok Usia:

1. Usia Produktif:

kelompok usia 25-34 tahun dan 35-44 tahun merupakan segmen pengguna rokok yang signifikan di Sumatera Utara, termasuk Medan.

2. Remaja:

Survei di Kecamatan Medan Kota menunjukkan ada tingkat perokok di kalangan remaja, meskipun tingkat pengetahuan mereka tentang bahaya merokok dan KTR masih rendah.

Perilaku Merokok:

3. Tingkat Konsumsi:

Meskipun data spesifik untuk Medan tidak tersedia, diketahui bahwa rata-rata konsumsi rokok per minggu di Indonesia cukup tinggi, dengan tren peningkatan dari tahun ke tahun.

4. Penerapan KTR:

Masih terdapat tantangan dalam penerapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) di lingkungan Medan, menunjukkan bahwa kesadaran dan kepatuhan terhadap aturan ini perlu ditingkatkan.

Konteks Sosial:

5. Kesadaran Bahaya Rokok:

Terdapat kebutuhan mendesak untuk meningkatkan edukasi kesehatan mengenai dampak negatif merokok, terutama di kalangan remaja dan masyarakat umum di Medan.

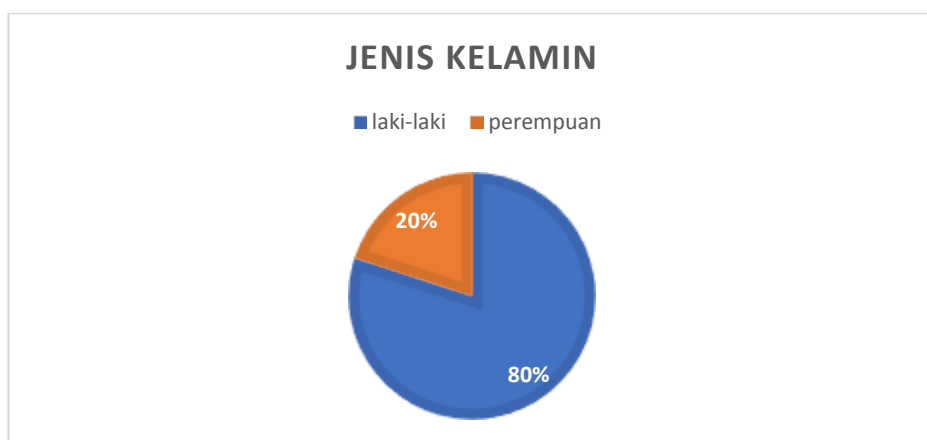
Sosialisasi KTR:

Perlu adanya upaya sosialisasi yang lebih intensif dan berkelanjutan mengenai penerapan KTR untuk menciptakan lingkungan yang lebih sehat di Kota Medan.

4.1.2 Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat umur.

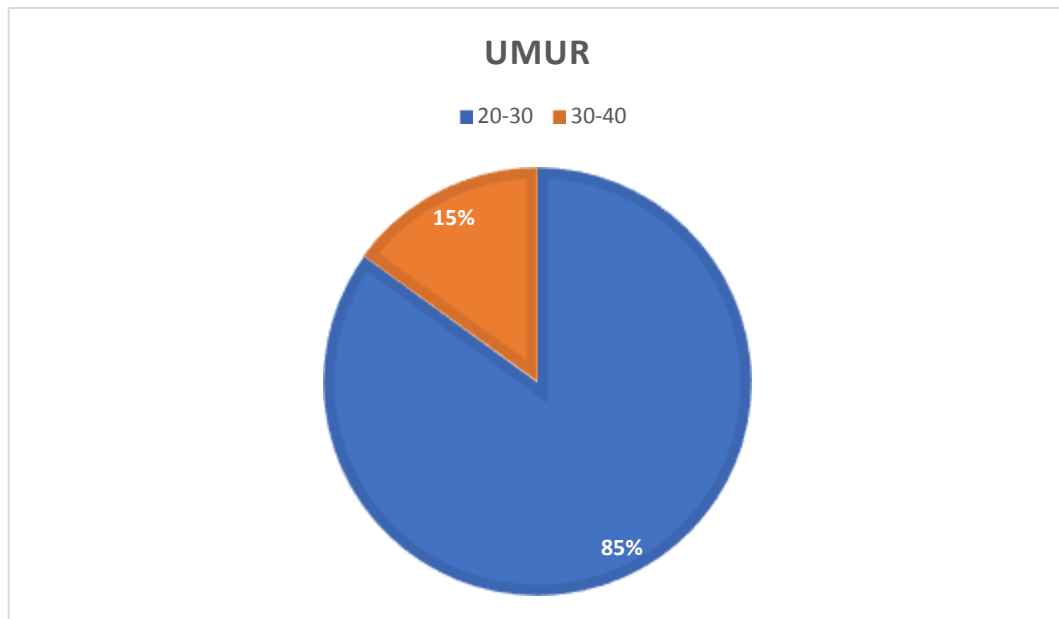
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian yang peneliti ambil untuk dijadikan sebagai data penelitian adalah responden dengan jumlah yang sama yaitu 80% laki-laki dan 20% perempuan, hal ini dilakukan untuk mendapatkan penilaian yang lebih objektif antara responden laki-laki dan responden perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

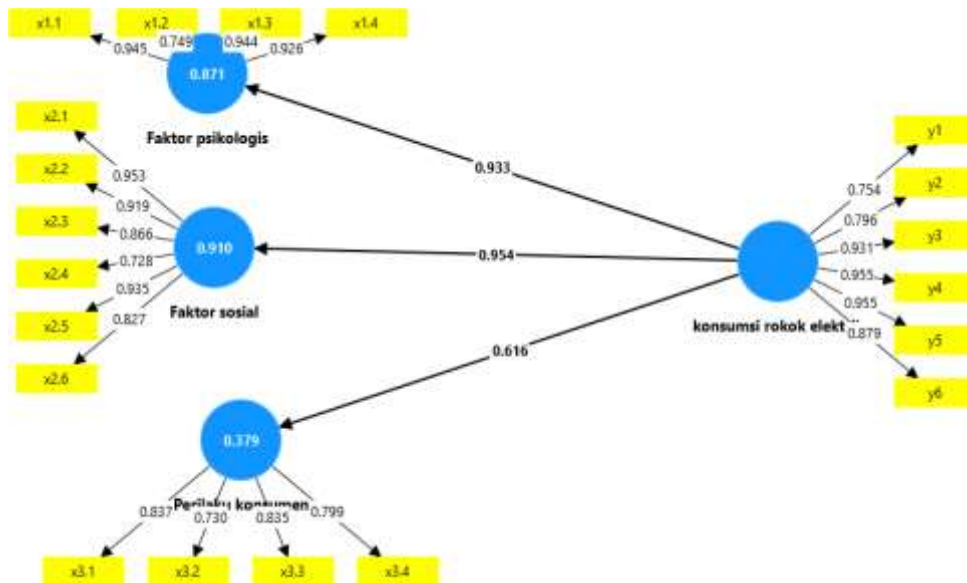


Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Peneliti memilih sampel penelitian terbanyak yaitu responden dengan tingkat usia yang produktif yaitu antara usia 20 sampai 30 tahun.

4.1.2 Analisis Outer Model

Pada tahap untuk menganalisis model memenuhi syarat outer model dilihat dari convergent validity, discriminant validity dan reliabilitas. Untuk mengetahui score convergent validity dapat dilihat dari korelasi antara skor item/indikator dengan konstruknya. Hal ini berarti model outer convergent validity model dapat diterima. Model struktur dalam penelitian ini ditampilkan pada Gambar berikut ini:



Gambar 4. 3 Outer Model

4.1.3 Outer Loading

Outer Loading adalah tabel yang berisi loading factor untuk menunjukkan besar nilai korelasi antara indikator dengan variabel laten. Dalam menguji convergent validity dapat menggunakan outer loadings. Suatu indikator dapat dikatakan memenuhi syarat convergent validity dalam kategori yang baik, apabila menghasilkan nilai outer loadings lebih besar dari 0,7, tetapi juga masih bisa dikatakan diterima jika nilai 0,5 sampai dengan 0,6. Berikut ini adalah nilai outer loadings dari masing-masing indikator yang terdapat pada variabel penelitian ini:

Tabel 4. 1 Outer Loading

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
x1.1	0.945			
x1.2	0.749			
x1.3	0.944			
x1.4	0.926			
x2.1		0.953		
x2.2		0.919		
x2.3		0.866		
x2.4		0.728		

x2.5		0.935		
x2.6		0.827		
x3.1			0.837	
x3.2			0.730	
x3.3			0.835	
x3.4			0.799	
y1				0.754
y2				0.796
y3				0.931
y4				0.955
y5				0.955
y6				0.879

Sumber : SEM-PLS, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui untuk keseluruhan nilai loading masing-masing konstruk refleksi memiliki nilai loading $> 0,6$. Terkait demikian, model dinyatakan telah memenuhi kriteria *convergent validity* baik.

4.1.4 Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) adalah metode untuk mengevaluasi discriminant validity untuk setiap konstruk dan variabel laten. Discriminant validity dapat dilakukan dengan membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) pada masing-masing variabel dalam model. Suatu model dinyatakan baik jika memperoleh jika memperoleh nilai AVE lebih besar korelasi konstruk lainnya. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini, variabel dinyatakan baik jika memperoleh nilai AVE tidak kurang dari 0,5 (Utami, Yulia & Rasmanna, Pria Muslim, 2023). Berikut hasil pengujian discriminant validity dalam penelitian ini:

Tabel 4. 2 Discriminant Variabel

	Average Variance Extracted (AVE)
Faktor psikologis	0,801
Faktor sosial	0,765
Perilaku konsumen	0,642
Konsumsi rokok elektrik	0,778

Sumber : SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa untuk variabel X1 memperoleh nilai AVE sebesar 0,801, variabel X2 memperoleh nilai AVE sebesar 0,765, X3 memperoleh nilai AVE sebesar 0,642, variabel Y memperoleh nilai AVE sebesar 0,778 . Terkait demikian, diketahui bahwa masing-masing memperoleh nilai AVE lebih dari 0,5 dimana indikator dapat dijelaskan lebih dari 50% atau lebih, sehingga model dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

4.1.5 Cross Loadings

Cross loading adalah metode lain untuk mengetahui discriminat validity, yakni dengan melihat nilai cross loadings, dapat diprediksi indikator dalam konstruk laten pada blok mereka lebih besar nilainya dibandingkan dengan indikator di blok lainnya yang memiliki nilai paling besar pada variabel yang telah dibentuknya dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

Tabel 4. 3 Cross loading

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
x1.1	0.945	0.915	0.609	0.872
x1.2	0.749	0.627	0.517	0.616
x1.3	0.944	0.938	0.518	0.938
x1.4	0.926	0.885	0.544	0.872
x2.1	0.964	0.953	0.593	0.955
x2.2	0.916	0.919	0.547	0.844
x2.3	0.825	0.866	0.549	0.800
x2.4	0.620	0.728	0.587	0.682

x2.5	0.925	0.935	0.483	0.915
x2.6	0.694	0.827	0.613	0.778
x3.1	0.591	0.668	0.837	0.647
x3.2	0.428	0.380	0.730	0.305
x3.3	0.423	0.479	0.835	0.508
x3.4	0.471	0.422	0.799	0.396
y1	0.598	0.692	0.629	0.754
y2	0.628	0.726	0.579	0.796
y3	0.943	0.948	0.556	0.931
y4	0.923	0.920	0.531	0.955
y5	0.933	0.931	0.525	0.955
y6	0.845	0.789	0.474	0.879

Sumber : SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, dinyatakan bahwa indikator-indikator yang telah digunakan dalam penelitian ini telah memiliki nilai discriminant validity yang baik.

1) *Fornell-Lacker Criterion*

Fornell-Lacker Criterion adalah sebuah metode yang digunakan untuk membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. *Average Variance Extracted* (AVE) dapat digunakan untuk menguji discriminant validity, dengan cara membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted*

$\sqrt{((AVE))}$ untuk setiap konstraknya dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika AVE untuk setiap konstruk bernilai lebih besar dibandingkan pada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya, maka model mempunyai discriminant validity yang baik

Tabel 4. 4 Fornell-Lacker Criterion

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
Faktor psikologis	0.895			
Faktor sosial	0.952	0.875		
Perilaku konsumen	0.608	0.637	0.801	
konsumsi rokok elektrik	0.933	0.954	0.616	0.882

Sumber : SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa akar kuadrat dari average variance extracted ($\sqrt{AVE}$) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk satu dan konstruk lainnya dalam model. Dari nilai AVE tersebut, maka konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

Reliability

1) *Composite Reliability*

Berikut hasil pengujian *composite reliability* dalam penelitian ini:

Tabel 4. 5 Composite Reliability

	Composite Reliability
Faktor psikologis	0,939
Faktor sosial	0,947
Perilaku konsumen	0,869
Konsumsi rokok elektrik	0,952

S

umb

er :

SEM-PLS, 2025

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel X1 memperoleh nilai composite reliability sebesar 0,939, variabel X2 memperoleh nilai composite reliability sebesar 0,947, variabel X3 memperoleh nilai composite reliability sebesar 0,869, variabel Y memperoleh nilai composite reliability sebesar 0,952 . Terkait demikian, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memperoleh nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dinyatakan semua variabel dapat diandalkan.

2) Cronbach Alpha

Cronbach Alpha dapat diartikan sebagai bagian yang digunakan untuk menguji suatu nilai reliabilitas dari indikator-indikator pada suatu konstruk. Konstruk ini dapat dikatakan reliable atau telah memenuhi cronbach alpha apabila nilai cronbachs alpha $> 0,7$ (Abdillah, W. dan Hartono, 2019)

Tabel 4. 6 Cronbach Alpha

	Cronbach alpha	S umb er :
Faktor psikologis	0,915	
Faktor sosial	0,937	
Perilaku konsumen	0,825	
Konsumsi rokok elektrik	0,941	

SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas hasil yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa nilai semua konstruk memiliki reliabilitas yang sudah baik.

4.1.6 Test Inner Model

Test inner model dalam penelitian ini yaitu R-square adalah suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen)

mempengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai perubahan R Square dapat digunakan mengetahui pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen.

Berkut hasil nilai R Square dalam penelitian ini:

Tabel 4. 7 R Square

	R-square
Faktor psikologis	0.871
Faktor sosial	0.910
Perilaku konsumen	0.379

Sumber : SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* untuk persamaan 0,871, 0,910 dan 0,379. Artinya hasil pengujian model struktural diperoleh nilai *R-Square* dalam kategori tinggi

4.1.7 Bootstrapping (Uji Hipotesis)

Bootstrapping adalah suatu proses dalam Smart PLS untuk menilai tingkat signifikansi atau probabilitas dari *direct effects*, *indirect effects*, dan *total effects*. *Bootstrapping* bertujuan untuk digunakan sebagai metode penyampelan berulang (*resampling*) dengan cara mengubah data dari sampel yang telah diperoleh

Tabel 4. 8 Path Coefficients (Bootstrapping)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Faktor psikologis -> konsumsi rokok elektrik	0.280	0.276	0.103	4.508	0.007
Faktor sosial -> konsumsi rokok elektrik	0.546	0.552	0.099	2.340	0.020

Perilaku konsumen -> konsumsi rokok elektrik	0.910	0.911	0.023	1.966	0.050
--	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : SEM-PLS, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel faktor psikologis memperoleh nilai T-statistic sebesar $4,508 > 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,007. Artinya faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H1 diterima.
- b. Variabel faktor sosial memperoleh nilai T-statistic sebesar $2,340 < 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,020. Artinya faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H2 diterima
- c. Variabel perilaku konsumen memperoleh nilai T-statistic sebesar 1.966 $< 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,050. Artinya perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, atau H3 diterima

4.2 Pembahasan

1. Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik (H1)

Variabel faktor psikologis memperoleh nilai T-statistic sebesar $4,508 > 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,007. Artinya faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H1 diterima. Faktor psikologis memainkan peran penting dalam penggunaan vape, baik dalam memicu keinginan untuk memulai maupun mempertahankan kebiasaan tersebut. Beberapa faktor psikologis yang terlibat meliputi kecanduan nikotin dan tekanan mental. Hal ini membuat

seseorang cenderung selalu membutuhkan vape setiap harinya dan mengakibatkan tingkat kecanduan yang semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Mahda et al., 2025) yang memperoleh hasil penelitian bahwa konsumsi rokok elektrik disebabkan oleh tingkat kecanduan secara psikologis yang membuat seseorang merasa tenang bila mengkonsumsi vape. Rokok elektronik dipromosikan sebagai alat bantu untuk berhenti merokok dan banyak orang yang menggunakan rokok elektronik sebagai alternatif untuk berhenti merokok, mereka percaya jika rokok elektronik dapat membantu mereka untuk berhenti merokok (Pelawi et al., 2023)

2. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik (H2)

Variabel faktor sosial memperoleh nilai T-statistic sebesar $2,340 < 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,020. Artinya faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H2 diterima. Faktor sosial memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan vape, terutama di kalangan remaja. Pengaruh teman sebaya, keluarga, dan lingkungan sosial secara keseluruhan dapat memicu atau menghambat penggunaan vape. Selain itu, persepsi masyarakat mengenai vape, termasuk apakah dianggap sebagai perilaku sosial yang normal atau tidak, juga memainkan peran penting. Hasil penelitian sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ambarwati et al., 2024) yang mendapatkan hasil $t_{hitung} > t_{table}$ sehingga menunjukkan bahwa faktor sosial memberikan pengaruh terhadap konsumsi rokok elektrik, sehingga hasil penelitian mengatakan bahwa seseorang memilih mengkonsumsi rokok elektrik disebabkan oleh

faktor sosial yang menyangkut bagaimana seseorang berteman dan bergaul. Faktor sosial akan mempengaruhi bagaimana sikap seorang didalam menjalankan aktifitasnya (Hutagalung, 2018)

3. Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik (H3)

Variabel perilaku konsumen memperoleh nilai T-statistic sebesar $1.966 < 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,050. Artinya perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, atau H3 diterima. Perilaku konsumen terhadap vape (rokok elektrik) di Indonesia sangat beragam, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti persepsi kesehatan, tren gaya hidup, dan faktor sosial. Beberapa konsumen beralih ke vape karena anggapan lebih sehat dari rokok konvensional, sementara yang lain tertarik pada berbagai rasa dan pilihan produk yang tersedia. Tinggi nya tingkat konsumsi rokok elektrik disebabkan oleh perilaku konsumen yang menjadikan vape sebagai gaya hidup, hasil penelitian (Handayani et al., 2023) menyatakan bahwa tinggi nya pengguna vape disebabkan oleh trend gaya hidup yang dinyatakan dengan pengujian hasil uji t yang menyatakan bahwa hasil penelitian mengatakan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Gaya hidup akan memberikan pengaruh terhadap bagaimana seorang menentukan perilaku konsumtif nya terhadap barang-barang apa saja yang akan dibeli dan digunakan dalam kegiatan sehari-hari (Pulungan et al., 2018).

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel faktor psikologis memperoleh nilai T-statistic sebesar $4,508 > 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,007. Artinya faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H1 diterima.
- b. Variabel faktor sosial memperoleh nilai T-statistic sebesar $2,340 < 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,020. Artinya faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap konsumsi rokok elektrik, atau H2 diterima\
- c. Variabel perilaku konsumen memperoleh nilai T-statistic sebesar $1.966 < 1,16$ dengan nilai P-value sebesar 0,050. Artinya perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, atau H3 diterima

5.2 Saran

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan umum tentang bagaimana variable penelitian, sehingga penelitian dapat menjadi lebih berkembang dan memiliki lebih banyak penelitian
2. Penelitian diharapkan memberikan sumbangsih penelitian bagi fakultas sebagai bahan refrensi dikemudian hari.
3. peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebar

kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan data yang sebenarnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan Hartono, J. (2015). *partial least square (PLS) - Alternative structural equation modelling (SEM) dalam penelitian bisnis*.
- Ambarwati, F. D., Vinsur, E. Y. Y., & Syukkur, A. (2024). Hubungan Pengetahuan Perokok Pasif Tentang Dampak Asap Rokok Dengan Upaya Pencegahannya Di Perumahan Mulya Garden, Kecamatan Sukun, Kota Malang. *Jurnal Riset Kesehatan Nasional*, 8(2), 170–178. <https://doi.org/10.37294/jrkn.v8i2.621>
- Diana, K. N., Dirgandiana, M., Illahi, R. A., Ishal, I. T., Mariam, S., & Sunarti, S. (2020). Hubungan Teman Sebaya dengan Perilaku Penggunaan Rokok Elektrik di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Dunia Kesmas*, 9(4), 434–439. <https://doi.org/10.33024/jdk.v9i4.3077>
- Handayani, E., Prabamurti, P. N., & Handayani, N. (2023). Perilaku Merokok Elektrik Pada Komunitas Trustsquad Semarang. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 22(1), 46–53. <https://doi.org/10.14710/mkmi.22.1.46-53>
- Hafsah, H., Hanum, Z., Saragih, F., & Ningsih, R. W. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Perilaku Belajar Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UMSU. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 312-321.
- Hayati, I., Helmi, R., & Wuryanta, E. W. (2020). Rokok Elektronik Dan Silang Sengkarut Komunikasi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 121. <https://doi.org/10.32509/wacana.v19i1.1036>
- Hariani, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Dosen di Fkip UMSU. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 6(2), 177-181.
- HUTAGALUNG, Raja Bongsu; AISHA, Novi. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan menggunakan dua ponsel (GSM dan CDMA) pada mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2008, 1.3: 97-102.
- Kaparang, G. F., Mewoh, E., & Langingi, N. L. (2021). Persepsi Perokok Di Masyarakat Mengenai Halangan Berhenti Merokok. *Nutrix Journal*, 5(2), 56. <https://doi.org/10.37771/nj.vol5.iss2.583>
- Mahda, A. S., Zumrodah, A., Daud, K. I., & Anshori, M. I. (2025). Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(5), 1957.
- Mawardah, M., & Darma, I. B. (2021). Citra Diri Pada Perempuan Berhijab Pengguna Rokok Elektrik. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 15(01), 45–52. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v15i01.1380>
- Mokobande, N. B. (2019). No TitleEAENH. *Ayan*, 8(5), 55.
- Munthe, A. S. N., Sajali, F., Aulia, N., Harahap, R. A. A. N., Assiddique, S. A., Siagian, S. R., & Fajriawati, F. (2024). Analisis Presentasi Serta Alasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Merokok di

- Lingkungan Kampus. *Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary*, 2(1), 458-462.
- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instanmerek Indomie. *Emba*, 4(4), 984-992.
- Pelawi, K. A., Kesehatan, I., Universitas, M., Negeri, I., Utara, S., Siregar, P. A., Kesehatan, I., Universitas, M., Negeri, I., & Utara, S. (2023). *PADA REMAJA PUTRI DI KOTA MEDAN*. 1(2), 287-295.
- Pengabdian, J. H. (2021). *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*: 2(2), 2017-2022.
- Penggunaan, M., Elektronik, R., Pelajar, K., Pagoh, U., Kirin, A., & Tumadi, N. H. (2024). *HSP Exploring the Use of Electronic Cigarettes (Vape) Among UTHM Pagoh Students and Its Health Implications*. 4(2), 26-40.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Prasetia, I. (2021). [KONTRAK PENELITIAN] Model Sistem Manajemen Kinerja Biro Fakultas Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Utami, Yulia, & Rasmanna, Pria Muslim, K. (2023). Validity and Reliability Testing of Lecturer Performance Assessment Instruments. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21-24.
- Wahyuni, A. N., & Pramono, N. H. (2021). Psikologi Investor dalam Pengambilan Abstrak. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(1), 73-91.

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS DETERMINAN KONSUMSI ROKOK ELEKTRIK (Vape) di KOTA MEDAN

Petunjuk pengisian kuesioner :

- 1) Mohon diberi tanda checklist (√) pada kolom jawaban Bapak / Ibu anggap paling sesuai.
- 2) Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
- 3) Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
- 4) Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
- 5) Terimakasih atas partisipasi anda.

Identitas Responden

- 1) Nama :
- 2) Usia :Tahun
- 3) Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
- 4) Pendidikan Terakhir :
- 5) Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d yang memiliki makna

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Kurang Setuju	(KS)	= 3
Tidak Setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	= 1

Faktor Psikologis (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pengguna rokok elektrik memilih untuk menggunakan rokok elektrik dikarenakan sikap yang sudah menjadikan vape sebagai gaya hidup					
2	Sikap seseorang memberikan pengaruh terhadap jenis rokok yang digunakan oleh konsumen					
3	Motivasi dapat memberikan dorongan bagi pengguna vape					
4	Pengguna vape menjadikan alasan motivasi sebagai pendorong dalam penggunaan vape					

Faktor sosial (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi keinginan konsumen dalam menggunakan vape					
2	Budaya keluarga salah satu alasan seseorang menggunakan vape					
3	Pengguna vape menjadikan vape sebagai account pergaulan dengan teman					
4	Teman bergaul menjadi alasan seseorang menggunakan vape					
5	Media sosial menjadi salah satu alasan meningkatnya jumlah pengguna vape					
6	Pengguna vape menjadikan media sosial sebagai pendorong menggunakan vape					

Perilaku konsumen (X₃)

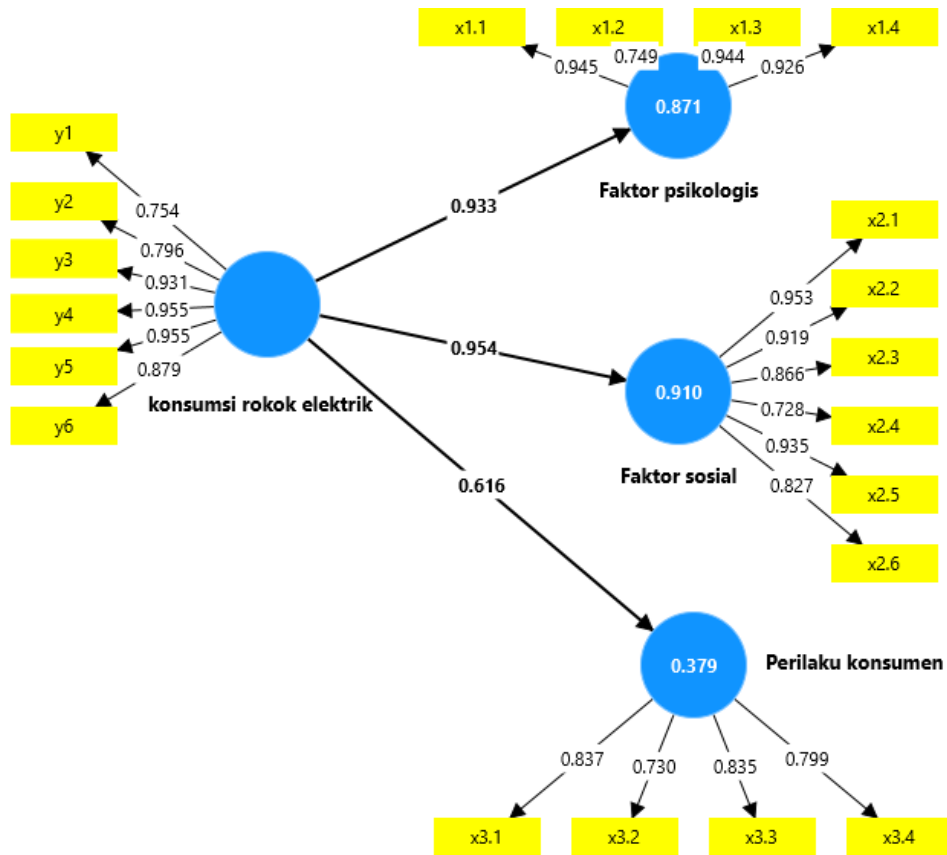
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Persepsi konsumen mempengaruhi konsumen didalam memilih jenis rokok					
2	Konsumen menggunakan vape berdasarkan pola fikir konsumen itu sendiri					
3	Gaya hidup menjadi pendorong seseorang menggunakan vape					
4	Penggunaan vape meningkat sebanding dengan gaya hidup konsumen					

Penggunaan vape (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Faktor penggunaan vape disebabkan oleh faktor psikologis					
2	Faktor psikologis mempengaruhi Tingkat penggunaan vape					
3	Faktor sosial memberikan pengaruh terhadap penggunaa vape					
4	Pengguna vape dipengaruhi oleh faktor pendorong yaitu faktor sosial					
5	Perilaku konsumen mempengaruhi Tingkat penggunaan vape					
6	Konsumen akan dipengaruhi oleh bagaimana perilaku pergaulan konsumen					

LAMPIRAN II

HASIL OUTPUT SMART PLS



Gambar 2 outer Model

Outer Loading

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
x1.1	0.945			
x1.2	0.749			
x1.3	0.944			
x1.4	0.926			
x2.1		0.953		
x2.2		0.919		
x2.3		0.866		
x2.4		0.728		
x2.5		0.935		
x2.6		0.827		
x3.1			0.837	
x3.2			0.730	
x3.3			0.835	
x3.4			0.799	

2				
x2.3		0.866		
x2.4		0.728		
x2.5		0.935		
x2.6		0.827		
x3.1			0.837	
x3.2			0.730	
x3.3			0.835	
x3.4			0.799	
y1				0.754
y2				0.796
y3				0.931
y4				0.955
y5				0.955
y6				0.879

Discriminant Variabel

	Average Variance Extracted (AVE)
Faktor psikologis	0,801
Faktor sosial	0,765
Perilaku konsumen	0,642
Konsumsi rokok elektrik	0,778

Cross loading

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
x1.1	0.945	0.915	0.609	0.872
x1.2	0.749	0.627	0.517	0.616
x1.3	0.944	0.938	0.518	0.938

x1.4	0.926	0.885	0.544	0.872
x2.1	0.964	0.953	0.593	0.955
x2.2	0.916	0.919	0.547	0.844
x2.3	0.825	0.866	0.549	0.800
x2.4	0.620	0.728	0.587	0.682
x2.5	0.925	0.935	0.483	0.915
x2.6	0.694	0.827	0.613	0.778
x3.1	0.591	0.668	0.837	0.647
x3.2	0.428	0.380	0.730	0.305
x3.3	0.423	0.479	0.835	0.508
x3.4	0.471	0.422	0.799	0.396
y1	0.598	0.692	0.629	0.754
y2	0.628	0.726	0.579	0.796
y3	0.943	0.948	0.556	0.931
y4	0.923	0.920	0.531	0.955
y5	0.933	0.931	0.525	0.955
y6	0.845	0.789	0.474	0.879

Fornell-Lacker Criterion

	Faktor psikologis	Faktor sosial	Perilaku konsumen	konsumsi rokok elektrik
Faktor psikologis	0.895			
Faktor sosial	0.952	0.875		
Perilaku	0.608	0.637	0.801	

konsumen				
konsumsi rokok elektrik	0.933	0.954	0.616	0.882

Composite Reliability

	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Faktor psikologis	0,939	
Faktor sosial	0,947	
Perilaku konsumen	0,869	
Konsumsi rokok elektrik	0,952	

	Cronbach alpha	R Square
Faktor psikologis	0,915	
Faktor sosial	0,937	
Perilaku konsumen	0,825	
Konsumsi rokok elektrik	0,941	

	R-square
Faktor psikologis	0.871
Faktor sosial	0.910
Perilaku konsumen	0.379

Path Coefficients (Bootstrapping)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Faktor psikologis -> konsumsi rokok elektrik	0.280	0.276	0.103	4.508	0.007
Faktor sosial -> konsumsi rokok elektrik	0.546	0.552	0.099	2.340	0.020
Perilaku konsumen -> konsumsi rokok elektrik	0.910	0.911	0.023	1.966	0.050