

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *VAPE* OXVA DI KOTA YOGYAKARTA DAN
SEKITARNYA**



Disusun Oleh:

Stevent Bagus Putra Pratama

11200895

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *VAPE* OXVA DI KOTA YOGYAKARTA DAN
SEKITARNYA**



Disusun Oleh:

Stevent Bagus Putra Pratama

11200895

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevent Bagus Putra Pratama
NIM : 11200895
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

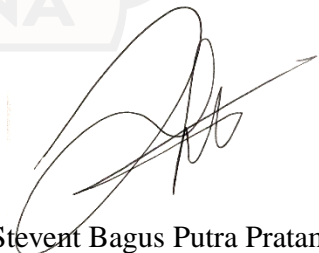
**”Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Vape Oxva Di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 17 Mei 2024

Yang menyatakan


(Stevent Bagus Putra Pratama)
NIM. 11200895

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VAPE OXVA DI KOTA YOGYAKARTA DAN
SEKITARNYA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:
STEVENT BAGUS PUTRA PRATAMA
11200895

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 25 Maret 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si :
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min :
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, S.E., M.M. :
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 14 Mei 2024
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya secara sadar mengatakan bahwa sejujurnya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Vape Oxva Di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya”**

Murni dari hasil karya penulis dan bukan merupakan salinan ataupun duplikasi dari karya penulis yang berasal dari Perguruan Tinggi atau Lembaga manapun, kecuali jika dimana bagian tersebut sudah tercantum sumber informasi dengan benar apa adanya. Skripsi yang saya kerjakan ini adalah murni untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Jika dimana terdapat saat ditemukan bahwa skripsi yang saya kerjakan merupakan salinan atau plagiat melalui karya orang lain, maka penulis siap menerima konsekuensi apapun yang diberikan oleh pihak universitas.

Yogyakarta, 7 Maret 2024



Stevent Bagus Putra Pratama

11200895

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan rahmat-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Vape Oxva Di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya”**

Dalam penyusunan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam hal penggunaan Bahasa, keterbatasan keterampilan, kemampuan, pengetahuan penulis maupun penyajian. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini.

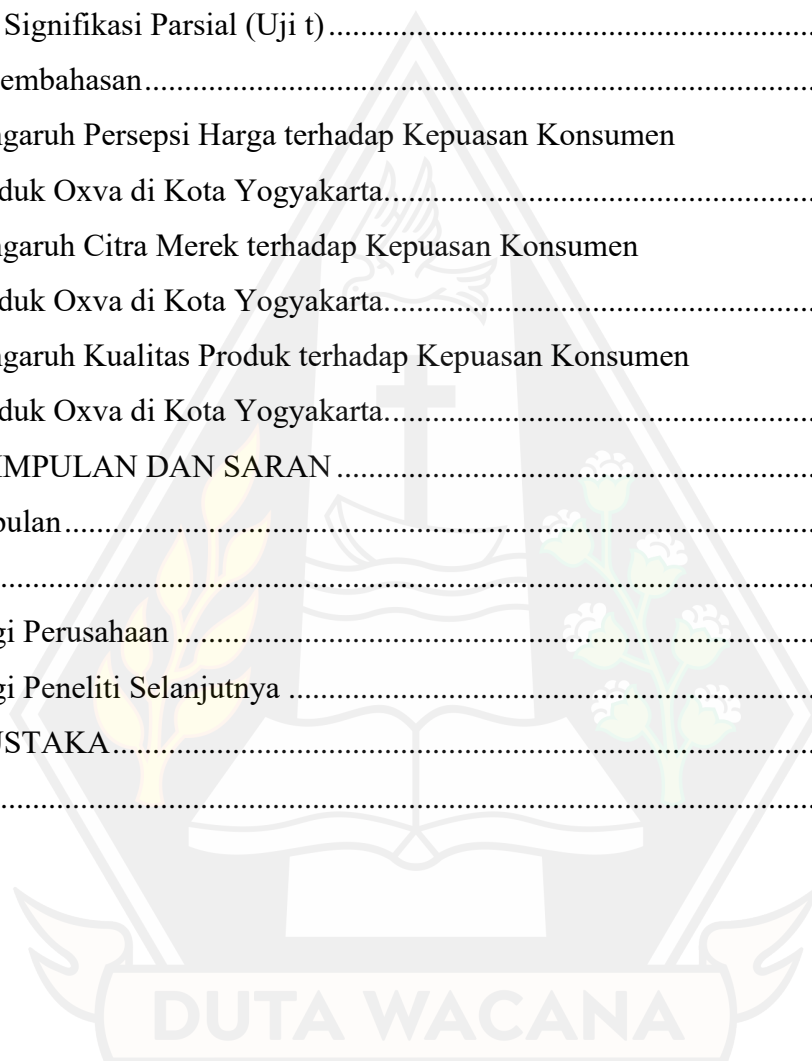
Dalam pembuatan susunan skripsi ini, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Moto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Persepsi Harga	6
2.1.1 Indikator Persepsi Harga	6
2.2 Citra Merek.....	7
2.2.1 Indikator Citra Merek.....	8
2.3 Kualitas Produk	8

2.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	9
2.4 Kepuasan konsumen.....	10
2.4.1 Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.5 Penelitian terdahulu	11
2.6 Kerangka Penelitian.....	14
2.7 Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Desain Penelitian	15
3.2 Populasi	15
3.3 Sampel	16
3.4 Variabel dan Definisi Opersional Variabel	16
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.6 Skala Pengukuran Data.....	18
3.7 Metode Analisis Data	19
3.7.1 Uji Validitas.....	19
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.7.3 Analisa Deskriptif.....	21
3.7.4 Analisa Regresi Linear Berganda	21
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi R^2	22
3.7.6 Uji Simultan (Uji-F)	22
3.7.7. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t).....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Deskripsi Uji Hasil Instrumen	24
4.1.1 Obyek Penelitian.....	24
4.2 Hasil Uji Instrumen	24
4.2.1 Uji Validitas.....	24
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	25
4.3 Karakteristik Responden.....	25
4.3.1 Jenis Kelamin	25
4.3.2 Usia.....	26
4.3.3 Pekerjaan	26

4.3.4 Pengeluaran Perbulan	27
4.4 Hasil Statistik Deskriptif	27
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	28
4.6 Hasil Uji Hipotesis	29
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	29
4.6.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	30
4.6.3 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	31
4.7 Hasil Pembahasan.....	32
4.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen produk Oxva di Kota Yogyakarta.....	32
4.7.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen produk Oxva di Kota Yogyakarta.....	33
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk Oxva di Kota Yogyakarta.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran	36
5.2.1 Bagi Perusahaan	36
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	36
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN	40



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VAPE OXVA DI KOTA YOGYAKARTA
DAN SEKITARNYA**

Stevent Bagus Putra Pratama

11200895

steventbagus12@gmail.com

ABSTRAK

Rokok elektrik sudah menjadi fenomena yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Rokok elektrik atau vape saat ini sedang menjadi tren di kalangan generasi milenial Indonesia, terutama di kota-kota besar. Vape, sebagai perangkat elektronik, semakin populer di antara masyarakat modern karena kemampuannya untuk mengirimkan bahan kimia seperti nikotin, penyedap rasa, propilen glikol, dan gliserin dengan memanaskan larutan. Dengan kemajuan teknologi, kita telah menyaksikan minat masyarakat terhadap rokok elektrik, terutama dalam perubahan gaya hidup pria, belakangan ini. Saat ini kalangan pria khususnya anak muda sedang ramai memakai rokok elektrik. Rokok elektrik atau bisa disebut vape. Pada dasarnya cara kerja rokok elektrik beda dengan rokok tembakau yaitu dengan mengubah cairan (liquid) yang diubah menjadi uap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dimana didalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data adalah dengan adanya penyebaran kuesioner melalui Google Form. Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan dan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen produk vape Oxva di Kota Yogyakarta dan disekitarnya. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai produk vape Oxva dengan menggunakan variabel yang lain. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen

***INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION OF OXVA VAPE IN YOGYAKARTA CITY
AND SURROUNDINGS***

Stevent Bagus Putra Pratama

11200895

steventbagus12@gmail.com

ABSTRACT

Electronic cigarettes have become a phenomenon that is very popular among the Indonesian society. Electronic cigarettes or vapes are currently trending among the millennial generation in Indonesia, especially in major cities. Vapes, as electronic devices, are gaining popularity among the modern society for their ability to deliver chemicals like nicotine, flavor enhancers, propylene glycol, and glycerin by heating the solution. With technological advancements, we have witnessed the public's interest in electronic cigarettes, especially in recent changes in men's lifestyle. Currently, men, particularly young adults, are actively using electronic cigarettes. Essentially, the operation of electronic cigarettes differs from tobacco cigarettes by converting the liquid into vapor. This research employs a quantitative method with an associative approach. Data collection is done through the distribution of questionnaires via Google Form. Perceived Price, Brand Image, and Product Quality simultaneously and partially have a positive effect on Customer Satisfaction with Oxva vape products in the city of Yogyakarta and its surroundings. For future research, further studies can explore Oxva vape products using different variables. The findings of this research can serve as a guideline for future studies.

Keywords: Price Perception, Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia selalu berkembang disetiap tahunnya, terutama dibidang teknologi. Dahulu orang merokok menggunakan rokok tembakau yang dihidap melalui pembakaran tembakau dan kertas. Seiring berkembangnya teknologi, kini rokok tembakau telah tergantikan oleh rokok elektrrik. Rokok elektrik sudah menjadi fenomena yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan kemajuan teknologi, kita telah menyaksikan minat masyarakat terhadap rokok elektrik, terutama dalam perubahan gaya hidup pria, belakangan ini. Terutama pria, termasuk remaja, saat ini lebih suka merokok elektrik, atau vaping. Menurut Duncan Selbie dalam Bernaldi Djemat (2020) mengatakan bahwa rokok elektrik 95% lebih aman dari rokok konvensional, Duncan juga berpendapat bahwa rokok elektrik tidak sepenuhnya aman, namun risiko terhadap kesehatan yang ditimbulkan jauh lebih rendah dari rokok tembakau. Namun, harga rokok elektronik sudah termasuk komponen tambahan yang diperlukan. Biaya konsumsi rokok, jika dihitung secara bulanan, jauh lebih tinggi dari pada biaya penggunaan rokok elektronik (*VAPE*), bahkan kadang-kadang tiga kali lipat. Menurut data dari Personal Vaporizer Association Indonesia (APVI) Wibowo 2023, di Indonesia jumlah pengguna rokok elektrik saat ini diperkirakan mencapai 2,2 juta, naik dari 1,5 juta pada tahun 2021.

Saat ini, generasi milenial di Indonesia, khususnya di kota besar, sangat menyukai rokok elektronik yang disebut *vape*. Sebagai perangkat elektronik, rokok elektrik semakin diminati oleh masyarakat modern karena dapat menghasilkan dan menyediakan berbagai

bahan kimia seperti gliserin, propilen glikol, nikotin, dan penyedap rasa melalui pemanas larutan. Berbeda dengan rokok tembakau, *vape* beroperasi menggunakan baterai dan tidak melibatkan pembakaran tembakau. Menurut penelitian oleh Azizah (2022), Rokok elektrik atau *vape* dibuat untuk memberikan pengguna sensasi merokok tanpa membakar tembakau tetapi dengan nikotin dalam bentuk uap melalui daya baterai. *Vape* adalah alat terapi pengganti nikotin NRT yang merupakan singkatan Terapi Penganti Nikotin digunakan sebagai alternatif dalam upaya berhenti merokok, *Vape* memerlukan daya baterai untuk mendapatkan sensasi merokok. Sebuah perangkat *vape* biasanya terdiri dari enam bagian utama: *mod, atomizer, liquid, cartridge, battery, dan charger*. Semua komponen ini bekerja sama untuk membuat pengalaman vaping unik. *Vape* semakin diminati oleh orang-orang yang berusaha mengurangi jumlah rokok yang mereka gunakan.

Tabel 1.1 Kisaran Varian Merek *Vape*

NO	NAMA MEREK	KISARAN HARGA	BUATAN
1	Eleaf	95.000 – 685.000	China
2	Geekvape	445.00 – 586.500	China
3	Wismec	275.000 – 400.000	China
4	Oxva	164.000 – 600.000	China
5	Lost Vape	164.000 – 2.365.000	China
6	HexOhm	3.200.000 – 6.000.000	Amerika Serikat
7	Asmodus	260.000 – 1.555.000	Amerika Serikat
8	Ijoy	110.000 – 2.558.000	China
9	SMOK	120.000 – 551.000	China
10	Smoant	285.000 – 1.117.000	China
11	Uwell	163.000 – 488.000	Tingkok
12	VGOD	110.000 – 156.000	Amerika Serikat
13	Voopoo	229.200 – 600.000	Amerika Serikat
14	Vapresso	188.000 – 399.999	China
15	Joyetech	239.000 – 713.000	Amerika Serikat

Sumber: Iprice.co.id (2023)

Salah satu kota besar di Indonesia yaitu Yogyakarta yang menawarkan potensi pasar yang besar bagi produk vape, mengingat pertumbuhan kota ini sebagai pusat pendidikan dan pariwisata. Dari berbagai banyak merek vape yang beredar di Indonesia, Oxva hadir dengan kelebihan dan keunggulannya sendiri, Oxva memberikan harga sekitar 165.000-600.000 yang dimana harga produk Oxva sangat terjangkau dikalangan masyarakat khususnya di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.

Gambar 1.1 Produk Oxva



Vape OXVA menjadi semakin populer di kalangan vapers karena teknologinya yang inovatif, performa tinggi, dan desain yang ramping. Produk mereka telah menerima ulasan positif dari pelanggan dan pakar industri, menjadikan mereka merek terpercaya dan andal di industri vaping. Produk Oxva memiliki berbagai varian yaitu Oxva Origin X, Oxva Xlim SE Pod Kit, Oxva Xlim V2 Pod kit, Oxva Xlim Pro, Oxva Xlim SQ, Oxva Xlim SQ Pro, dan Oxva Oneo. Produk Oxva juga memiliki daya tahan cartridge yang unggul dari pada produk lainnya. Selain peneliti juga sebagai pengguna Oxva, peneliti juga ingin melihat

bagaimana pengaruh variabel persepsi harga, citra merek, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Oxva. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Vape Oxva Di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh dari persepsi harga terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya?
- b. Apakah terdapat pengaruh dari citra merek terhadap kepuasan konsumen *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya?
- c. Apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menguji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.
- b. Menguji pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.
- c. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Memberikan wawasan kepada produsen *vape* Oxva mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.
- b. Membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan menggambarkan hasil analisis ketiga faktor.
- c. Memberikan informasi kepada konsumen tentang produk *vape* Oxva sehingga mereka dapat membuat keputusan belanja yang lebih baik.
- d. Menambah literatur mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada produk *vape*.

1.5 Batasan Penelitian

Demi menjaga fokus penelitian agar tidak terlalu meluas, peneliti membatasi cakupan penelitian sebagai berikut:

- a. Waktu Penelitian : Oktober 2023 – Maret 2024
- b. Lokasi Penelitian : Kota Yogyakarta dan sekitarnya
- c. Variabel Bebas : Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk
- d. Variabel Terikat (Y) : Kepuasan Konsumen
- e. Responden : Masyarakat di Kota Yogyakarta dan sekitarnya yang sedang menggunakan produk Oxva

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik :

- a. Persepsi Harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya, karena sebagian masyarakat membeli produk Oxva dikarenakan harga yang ditawarkan sejalan dengan kualitas yang dirasakan, perbandingan harga yang didapat dan harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan
- b. Citra Merek terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya, karena kebiasaan gaya hidup yang berlebihan, di mana mereka cenderung membeli barang bermerek, sehingga dirinya akan terkesan berkelas ketika menggunakan produk Oxva dan produk Oxva dianggap sebagai merek yang dapat dipercaya.
- c. Kualitas Produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *vape* Oxva di Kota Yogyakarta dan sekitarnya, karena sebagian masyarakat membeli produk Oxva karena desainnya yang sangat menarik, Oxva memiliki fitur-fitur yang unik, Oxva memiliki daya tahan yang kuat dan tahan lama, serta kinerja produk Oxva dianggap sangat baik.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

- a. Disarankan supaya perusahaan tetap mempertahankan kebijakan penetapan harga yang sejalan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas dan manfaat produk. Selain itu, diharapkan agar strategi pemasaran produk Oxva dapat lebih terfokus dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang menjadi target
- b. Diharapkan agar perusahaan tetap memelihara dan meningkatkan Citra Merek Oxva dengan konsistensi, seiring dengan memberikan pengalaman pelanggan yang positif
- c. Diharapkan agar perusahaan terus mengutamakan peningkatan Kualitas Produk Oxva dengan melibatkan inovasi pada fitur agar dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, perusahaan sebaiknya aktif melakukan riset pasar dan survei secara berkala guna memahami lebih baik kebutuhan serta harapan pelanggan terkait kualitas produk.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berikutnya diharapkan melakukan penelitian mereka untuk menemukan faktor tambahan yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang alasan orang memilih untuk membeli produk Oxva.
- b. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan untuk memperluas cakupan penelitian ke wilayah geografis yang lebih luas guna mendapatkan perspektif yang lebih menyeluruh.

- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperkecil cakupan responden yaitu berumur 18 tahun keatas atau berstatus pelajar/ mahasiswa. Karena asumsi perokok aktif berumur 18 tahun ketaas



DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, F. E. (2022). Hukum penggunaan *e-liquid* pada rokok elektrik menurut maqashid syariah: studi kasus *vape street* di Dusun Krajan Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Jember: Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Bahtiar, A., & Rahardja, E. (2017). Pengaruh Brand Equity, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Pada Vape Store 5Time). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 6, No. 4*, 1-10.
- Djemat, B. (2022, Agustus 13). Benarkah *Vape* Punya Risiko Yang Sama Dengan Rokok ? Berikut Faktanya! Retrieved from *Vape Magz Indonesia*: <https://vapemagz.co.id/news/benarkah-vape-punya-risiko-yang-sama-dengan-rokok-berikut-faktanya/>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Iprice. (2023, October). Harga *Vape Kit* Murah Terbaru 2023. Retrieved from [iprice.co.id: https://iprice.co.id/gadget/vape/kit/](https://iprice.co.id/gadget/vape/kit/)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2020). *Principles of Marketing 18th Edition*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA Vol. 10, No. 3*, 284-294.
- Rasuma, H. A. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. *Journal of Indonesian Management, Vol. 2, No. 4*, 997-1004.
- Ridho, M. A., & Mahargiono, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol 10, No 6,.
- Sania, U. N., Sabran, & Sari, N. A. (2022). Apakah *Brand Image* Dan *Brand Attitude*. Tenggara: JEMI Vol.22/No.1/.
- Sartika, D., & Basriani, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *INOVASI, 14 (2)*, 84-97.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. Maros: Jurnal Brand, Vol 2 No. 1.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). *The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of Pt. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. Dinasti International Journal of Education Management And Social Science Vol 1, No. 6, 947–967.*
- Wibowo, S. D. (2023). Strategi Promosi Digital Liquid Crackz. *Commercium. Vol 7 No2, 79 - 86.*

