

## **ANALISIS PSIKOLOGIS KONSUMEN ROKOK ELEKTRIK DI TEMBILAHAN**

**HELLY KHAIRUDDIN , DONI NAILUL HABRI**

[hellykhairuddin@gmail.com](mailto:hellykhairuddin@gmail.com), [doninailulhabri@gmail.com](mailto:doninailulhabri@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of knowing the psychological factors of e-cigarette users in Tembilahan and to find out which factors are the most influential for electric users in the words*

*The population in this study were all e-cigarette users in tembilahan and sample selection was done using the Slovin formula from the existing population. The data used is secondary data in the form of bookkeeping on the sales of e-cigarette shops in Tembilahan from 2016-2020. The analytical tool used is multiple linear regression analysis.*

*From the research results, it is obtained the results of multiple linear regression test, namely  $Y = 2.883 + 0.027X_1 + 0.242X_2 + 0.187X_3 + 0.383X_4 + e$ . The value of the coefficient of determination obtained by the value of Adjusted R Square ( $R^2$ ) is 0.864, this means that 86.4% of consumer psychology variables are influenced by four independent variables, namely motivation, perception, learning and attitudes. The remaining 13.6% is influenced by other factors not included in this study. Testing Hypotheses regarding Motivation, Perception, Learning and Attitude Variables simultaneously in the table above obtained the value of f count 149.758, where f table is 2.47 so that f count is greater than f table, namely  $149.758 > 2.47$ . And in the table above also obtained a significance value of 0.000. Thus it can be compared that the significant value in the table is above  $0.000 < 0.05$ , then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, this means that the variables of Motivation, Perception, Learning and Attitudes have a simultaneous effect on the Psychology of E-Cigarette Consumers in Tembilahan.*

*Keywords: Work Discipline, Motivation and Performance*

*Keywords: Motivation ( $X_1$ ), Perception ( $X_2$ ), Learning ( $X_3$ ), Attitudes ( $X_3$ ), and Consumer Psychology ( $Y$ )*

### **Abstrak**

*Penelitian ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui faktor faktor Psikologis pengguna rokok elektrik di Tembilahan dan untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh bagi pengguna elektrik ditembilahan*

*Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna rokok elektrik di tembilahan dan pemilihan sampel di lakukan dengan menggunakan rumus slovin dari populasi yang ada. Data yang di gunakan yaitu data sekunder berupa pembukuan atas penjualan toko-toko rokok elektrik di tembilahan dari tahun 2016-2020. Alat analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linear berganda.*

*Dari hasil penelitian di peroleh hasil uji regresi linear berganda yaitu  $Y = 2,883 + 0,027X_1 + 0,242X_2 + 0,187X_3 + 0,383X_4 + e$ . Nilai koefesien*

determinasi di peroleh nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) adalah 0,864 hal ini berarti 86,4% variabel Psikologis Konsumen dipengaruhi oleh empat variabel bebas yaitu Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap. Sisanya 13,6 % di dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Pengujian Hipotesis mengenai Variabel Motivasi, Persepsi, Pembelajaran Dan Sikap secara simultan pada tabel diatas di peroleh nilai  $f$  hitung 149,758 yang mana  $f$  tabel adalah 2,47 sehingga  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel, yaitu  $149,758 \geq 2,47$ . Dan pada tabel diatas juga diperoleh nilai signifikansinya sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan pada tabel diatas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, hal ini berarti variabel Motivasi, Persepsi, Pembelajaran Dan Sikap berpengaruh secara simutal terhadap Psikologis Konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

**Kata Kunci :** Disiplin Kerja, Motivasi dan Kinerja

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Rokok elektronik juga pernah digunakan sebagai alat bantu program berhenti merokok dengan cara mengurangi kadar nikotin secara bertahap namun praktek tersebut kini sudah tidak dianjurkan oleh electronic cigarette association (ECA) dan food and drug association (FDA) (Cobb dkk., 2010). Meskipun demikian berdasarkan hasil survei di Amerika, mayoritas (65% responden) memilih alasan menggunakan rokok elektronik sebagai alternatif untuk berhenti merokok (Etter, 2010).

Pada awal keberadaan rokok elektronik, produk tersebut dikatakan aman bagi kesehatan karena larutan nikotin yang terdapat pada rokok elektronik hanya terdiri dari campuran air, propilen glikol, zat penambah rasa, aroma tembakau, dan senyawa-senyawa lain yang tidak mengandung tar, tembakau atau zat-zat toksik lain yang umum terdapat pada rokok tembakau (William dkk., 2010). Pod system sebenarnya jauh lebih sederhana di bandingkan dengan rokok elektrik jenis vape di karena kan pod system kita tidak perlu repot-repot mengganti dan memasang ulang kapas dan coil yang baru. Kita hanya perlu mengganti cartridge saja.

Di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir sebagian pengguna rokok

tembakau telah berpindah menggunakan rokok elektrik. Sebagian mereka berpindah adalah karena penggunaan rokok elektrik dianggap lebih hemat di banding rokok tembakau, alasan lain dari itu adalah alasan kesehatan karena rokok elektrik dianggap lebih minim dalam resiko kesehatan.

Setelah mengenali jenis-jenis rokok elektrik seperti vape dan pod. Tentu kita ketahui dalam menggunakan rokok elektrik kita perlu dengan liquid sebagai bahan bakar dari rokok elektrik tersebut. Sudah di riset oleh para ilmuwan bahwa liquid dari rokok elektrik berbahan dasar dari vegetable oil atau minyak sayur. Namun dengan semakin berkembang nya pengetahuan dan berbedanya selera dari berbagai macam perilaku konsumen, liquid tersebut dapat di tambah dengan istilah penyedap rasa yang berbedabeda.

Untuk penggunaan pod tidak bisa di gunakan jangka panjang dalam maksud dari segi coil harus di ganti maksimal 2 minggu sekali. Jika tidak di ganti maka rasa akan berkurang

Dalam peningkatan konsumen rokok elektrik ini, melihat dari latar belakang masalah di atas menarik untuk diteliti faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen

rokok tembakau yang beralih ke rokok elektrik. Maka dari itu penulis akan menulis skripsi ini dengan judul **"Analisis Psikologis Konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan"**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penulis menarik beberapa rumusan masalah yaitu " **Bagaimana faktor psikologis konsumen rokok elektrik di tembilahan?"**

### **B. Telaah Pustaka**

The American Marketing Association (1995} dalam Peter dan Olson (2010:5) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai *"The dynamic interaction of affect and cognition, behavior and environmental events by which human beings conduct the exchange aspect of their lives"*, artinya perilaku konsumen ini didefinisikan sebagai interaksi dinamis antara afeksi.

Faktor Psikologis Yaitu pilihan atau keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis : motivasi, persepsi, pembelajaran & sikap.

#### **1. Motivasi**

Menurut Kotler dan Armstrong (2004:215) mengemukakan motif adalah "kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut". Psikologis telah mengembangkan beberapa teori motivasi. Dua yang paling terkenal-teori Sigmund Freud dan Abraham Maslow-telah memberikan arti yang berbeda untuk analisis konsumen dalam pemasaran.

#### **a. Teori Motivasi Freud.**

Freud mengasumsikan bahwa seseorang sangat tidak sadar akan kekuatan psikologis yang membentuk perilaku mereka.

Ia melihat manusia tumbuh, dan menetapkan banyak dorongan. Dorongan itu tidak akan hilang dan tidak akan bisa dikendalikan dengan sempurna; semua itu muncul ke dalam mimpi, ke salah bicara, ke perilaku neorotik dan obsesif, atau akhirnya menjadi sakit jiwa. Oleh karena itu, Freud membenarkan bahwa orang tidak memahami sepenuhnya motivasinya.

#### **b. Teori Motivasi Maslow**

Abraham Maslow berusaha menjelaskan mengapa seseorang terdorong oleh kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu. Maslow mengemukakan kebutuhan manusia tersusun dalam sebuah hirarki, dari yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Hierarki kebutuhan Maslow dapat dilihat di gambar 2.1. diurut dari segi kepentingannya, kebutuhan itu adalah, kebutuhan fisiologi, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan diri, dan kebutuhan aktualisasi. Orang berusaha memuaskan kebutuhan yang paling penting terlebih dahulu.

Pada saat kebutuhan tersebut terpenuhi, kebutuhan tersebut akan berhenti sebagai motivator dan dia akan memenuhi kebutuhan paling penting selanjutnya. Contoh, orang yang lapar (kebutuhan fisiologis) tidak akan tertarik pada apa yang terjadi baru-baru ini di dunia seni (kebutuhan aktualisasi diri), juga tidak tertarik pada apakah mereka dipandang atau dihargai oleh orang lain (kebutuhan penghargaan diri), juga tidak tertarik pada apakah dia menghirup udara segar (kebutuhan keamanan).

### **Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang masalah dan didukung oleh landasan teoritis yang telah dikemukakan, selanjutnya dapat

penulis kemukakan dan mengambil hipotesis atau dugaan sementara sebagai berikut :

- a. H1= Di duga motivasi yang mempengaruhi perilaku konsumen
- b. H2= Di duga persepsi berpengaruh terhadap perilaku konsumen
- c. H3= Di duga pembelajaran berpengaruh terhadap perilaku konsumen
- d. H4=Di duga sikap berpengaruh terhadap perilaku konsumen

### Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variable bebas dalam penelitian ini adalah :
  - a. Motivasi
  - b. Persepsi
  - c. Pembelajaran
  - d. Sikap
2. Variabel terikat (*Dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas, yang menjadi variabel terikat yaitu Faktor Psikologis Kosnumen (Y)

## C. Metodologi Penelitian

### Populasi

Menurut Arikunto, (2015:173) Populasi adalah himpunan yang lengkap dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya ingin kita ketahui (Anggoro, 2007). Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa karakteristik individu yang ingin kita ketahui adalah konsumen rokok elektrik di Tembilahan..

### Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian (Anggoro, 2007). Dikarenakan populasi

konsumen rokok elektrik di tembilahan terlalu banyak, maka hanya sebagian dari populasi yang akan diteliti prilakunya untuk mewakili seluruh populasi yang ada. Untuk pemilihan populasi yang akan menjadi sampel, peneliti akan menggunakan jenis prosedur sampel acak

seederhana. Sampel acak seederhana adalah sampel yang diambil dari suatu populasi dengan cara tidak memilih-milih individu yang dijadikan anggota sampel atas dasar alasan tertentu atau alasan yang bersifat subjektif seperti suka – tidak suka, mudah – sulit dijangkau, dan sebagainya. Dalam hal ini semua anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Dari penjelasan diatas, konsumen rokok elektrik di tembilahan akan dipilih secara acak dengan alasan karena konsumen yang datang setiap harinya bukan konsumen tetap. dan sampel penelitian ini menggunakan rumus statistik slovin (Umar, 2003:146) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentae kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang msih dalam toleriri atau diinginkan.dalam penelitian 10% sesuai dengan rumus diatas untuk mengetahui besar sampel yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$N = 1616$$

$$e = 10\%$$

$$\text{Maka } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{1616}{1+(1616)(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1616}{1+(1616)(0,01)}$$

$$n = \frac{1616}{1+16,16}$$

$$n = \frac{1616}{17,16}$$

n = 94,70 dibulatkan menjadi 95 orang jadi sampel yang akan di jadikan responden sebanyak 95 orang.

### Analisa Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan untuk melihat bagaimana Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dilingkungan Kantor Camat Enok Kabupaten Indragiri Hilir dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20,0 yang merupakan salah satu aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Analisa data tersebut diantaranya:

1. Analisis Regresi Linear berganda  
Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda yakni : Freddy Rangkuti (2007 ; 162)  

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana: Y = faktor psikologis konsumen  
a = Konstanta Intersepsi  
b = Koefisien Regresi  
X<sub>1</sub> = Persepsi  
X<sub>2</sub> = Motivasi  
X<sub>3</sub> = pembelajaran  
X<sub>4</sub> = sikap
2. Uji Hipotesis
  - a. Uji Determinasi
  - b. Uji Parsial (t)
  - c. Uji F

### D. Hasil Penelitian

Analisis regresi merupakan studi yang membahas masalah hubungan fungsional antara variabel-variabel yang dinyatakan dalam persamaan matematik. Dalam analisis regresi akan dikembangkan sebuah persamaan regresi yaitu suatu rumus matematika yang mencari nilai variabel dependen dari variabel independen yang diketahui. Analisis digunakan terutama untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut disajikan hasil analisis menggunakan SPSS yang

menunjukkan nilai koefisien persamaan garis regresinya.

**Tabel 1 : Uji Regresi Linier Berganda**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)   | .864                        | .772       |                           | 1.119 | .266 |
| Motivasi     | .037                        | .119       | .038                      | .311  | .756 |
| Persepsi     | .281                        | .141       | .282                      | 1.998 | .049 |
| Pembelajaran | .183                        | .134       | .189                      | 2.869 | .005 |
| Sikap        | .448                        | .148       | .440                      | 3.035 | .003 |

a. Dependent Variable: Psikologis

Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan kedalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,864 + 0,037X_1 + 0,281X_2 + 0,183X_3 + 0,448X_4 + e.$$

- a. Konstanta (a) sebesar 2,854 yang menunjukkan apabila Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap tidak tidak diperhatikan maka konstanta akan tetap sebesar 2,864.
- b. X<sub>1</sub> Motivasi nilai koefesien regresi nya adalah 0,037 ,maka nilai ini mengalami peningkatan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap konstan atau tetap, maka variabel Motivasi akan tetap sebesar 0,037.
- c. X<sub>2</sub> Persepsi nilai koefesien regresi nya adalah 0,281 ,maka nilai ini mengalami peningkatan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap konstan atau tetap, maka variabel Persepsi akan tetap sebesar 0,281.
- d. X<sub>3</sub> Pembelajaran nilai koefesien regresi nya adalah 0,183 ,maka nilai ini mengalami peningkatan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap konstan atau tetap, maka variabel Pembelajaran akan tetap sebesar 0,183.
- e. X<sub>4</sub> Sikap nilai koefesien regresi nya adalah 0,448 ,maka nilai ini mengalami peningkatan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap konstan atau tetap, maka variabel Sikap akan tetap sebesar 0,448.

## Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 2: Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>a</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .932 <sup>a</sup> | .869     | .864              | 2.485                      | 1.949         |

a. Predictors: (Constant), Sikap, Motivasi, Pembelajaran, Persepsi

b. Dependent Variable: Psikologis

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa hubungan yang dimiliki antara, Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap yaitu sebesar 0,932, dimana terdapat hubungan yang Sangat kuat. Berdasarkan uji koefisien determinasi di peroleh nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) adalah 0,864 hal ini berarti 86,4% variabel Psikologis Konsumen dipengaruhi oleh empat variabel bebas yaitu Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap. Sisanya 13,6 % di dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

### b. Uji statistik t

**Tabel 3: Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |                           |      | T     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|---------------------------|------|-------|------|
|              | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |       |      |
|              | B                           | Std. Error                | Beta |       |      |
| (Constant)   | .864                        | .772                      |      | 1.119 | .266 |
| Motivasi     | .037                        | .119                      | .038 | .311  | .756 |
| Persepsi     | .281                        | .141                      | .282 | 1.998 | .049 |
| Pembelajaran | .183                        | .134                      | .189 | 2.869 | .005 |
| Sikap        | .448                        | .148                      | .440 | 3.035 | .003 |

a. Dependent Variable: Psikologis

Sesuai dengan Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka berdasarkan tabel diatas secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut:

#### 1) Motivasi (X1)

Hasil analisis menunjukkan terdapat nilai signifikan 0,756 lebih besar dari 0,05 atau nilai  $0,756 > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Variabel X1 mempunyai t hitung 0,311 dengan t tabel 1,98667. Jadi t hitung X1  $0,311 < 1,98667$ . Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Motivasi (X1) merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial

terhadap Psikologis konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

#### 2) Persepsi (X2)

Hasil analisis menunjukkan terdapat nilai signifikan 0,049 lebih besar dari 0,05 atau nilai  $0,049 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Variabel X2 mempunyai t hitung 1,998 dengan t tabel 1,98667. Jadi t hitung X2  $1,998 > 1,98667$ . Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Persepsi (X2) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Psikologis konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

#### 3) Pembelajaran (X3)

Hasil analisis menunjukkan terdapat nilai signifikan 0,005 lebih kecil dari 0,05 atau nilai  $0,005 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Variabel X3 mempunyai t hitung 2,869 dengan t tabel 1,98667. Jadi t hitung X3  $2,869 > 1,98667$ . Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Pembelajaran (X3) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Psikologis konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

#### 4) Sikap (X4)

Hasil analisis menunjukkan terdapat nilai signifikan 0,003 lebih besar dari 0,05 atau nilai  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Variabel X4 mempunyai t hitung 3,035 dengan t tabel 1,98667. Jadi t hitung X1  $3,035 > 1,98667$ . Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Sikap (X4) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Psikologis konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

### c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F statistik digunakan untuk melihat apakah semua

variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil perhitungannya terangkum pada tabel berikut.

**Tabel 4: Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |         |
|--------------------|----------------|----|-------------|---------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F       |
| 1 Regression       | 3699,597       | 4  | 924,899     | 149,758 |
| Residual           | 555,835        | 90 | 6,176       |         |
| Total              | 4255,432       | 94 |             |         |

a. Dependent Variable: Psikologis

b. Predictors: (Constant), Sikap, Motivasi, Pembelajaran, Persepsi

Pengujian Hipotesis mengenai Variabel Motivasi, Persepsi, Pembelajaran Dan Sikap secara simultan pada tabel diatas di peroleh nilai f hitung 149,758 yang mana f tabel adalah 2,47 sehingga f hitung lebih besar dari f tabel, yaitu  $149,758 \geq 2,47$ . Dan pada tabel diatas juga diperoleh nilai signifikansinya sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan pada tabel diatas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, hal ini berarti variabel Motivasi, Persepsi, Pembelajaran Dan Sikap berpengaruh secara simltal terhadap Psikologis Konsumen Rokok Elektrik Di Tembilahan.

## E. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

1. Rokok elektrik merupakan produk yang di gemari masyarakat di tembilahan. Dari semula yang menggunakan rokok konvensional banyak yang beralih ke rokok elektrik.
2. Rokok elektrik kebanyakan di gunakan oleh masyarakat tembilahan sebagai alternatif untuk berhenti merokok.
3. variabel motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), sikap (X4) di nilai **SANGAT BAIK**
4. Berdasarkan uji parsial (uji t) faktor pembelajaran (X3) dan sikap (X4) yang paling berpengaruh dalam psikologis

konsumen rokok elektrik di tembilahan

5. Dalam penelitian ini tidak semua variabel berpengaruh, dalam penelitian ini di dapat sebesar 13,6 % di dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini

## SARAN

1. Perusahaan Rokok elektrik harus lebih meningkatkan dan mengoptimalkan upaya dalam mempromosi dan memahami kebutuhan para calon konsumen.
2. Untuk masyarakat, pada hakikat nya mau itu rokok konvensional maupun rokok elektrik tetap lah rokok itu bisa berdampak buruk bagi kesehatan, rokok elektrik di sini pun juga belum tentu 100% aman digunakan bagi kesehatan. Tetapi alangkah baiknya untuk pengguna rokok konvensional mencoba untuk beralih ke rokok elektrik sebagai upaya berhenti menggunakan rokok.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi faktor Psikologis selain dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan sikap. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang mempengaruhi Psikologis Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, 2007, **Sampel**, Diadit Media, Jakarta Barner, Penerbit Andi , Yogyakarta
- Aaker, 2005, **Manajemen Pemasaran Indonesia**, Terjemahan Ancellawati, Buku 2, Salempat Empat, Jakarta
- Basu Swastha , 2001, **Manajemen Pemasaran Modern**, BPFE, Yogyakarta.

- Bunga Geofanny Fredereca dan Chairy, (2010), **"Pengaruh Psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian kembali Smartphone Blackberry"**. Ekonomi Manajemen Universitas Yogyakarta
- David, 2011, **Teori Pemasaran**, Cetakan Kedua, AMP YKPN, Yogyakarta
- Engel et al, (2010:3) **Perilaku Konsumen**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Harper W, (2000:4), **Teori Pemasaran**, Pustaka utama Jakarta.
- Hikmatul Fariqoh (2011), **"Analisis pengaruh faktor-faktor Psikologi terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia di Semarang."** Universitas Brawijaya, Jurnal Ekoomi, Vol.5
- Idrus, 2008. **Data Kuantitatif**, Jilid 2, Erlangga , Jakarta.
- Kotler & Armstrong, (2004:215) **Psikologis Konsumen**, PT, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong (2004:215), **Motivasi**, Jilid I, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Gary Armstrong, 2004, **Pembelajaran**, Terjemahan Damos Sihombing Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Armstrong (2004:220), **Keyakinan dan sikap**, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Menurut Kotler dan Armstrong (2004:218), **Persepsi**, Edisi Milinium , Jilid 2 , PT Prenhalindo, Jakarta
- P. Robbins dan Timothy A. Judge (2008:175) **Persepsi**, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge (2008:69), **Pembelajaran**, Prantice Hall Inc, New Jersey.
- The American Marketing Associaton (1995), **Perilaku Konsumen**, Jakarta : Rineka Cipta.
- Wahyuni, 2008. **"Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat"**, Ekonomi Manajemen Universitas Diponorogo Semarang.
- <https://otoexpo.com/artikel-baru/sejarah-vape/>
- <https://hot.liputan6.com/read/4054861/jenis-jenis-vape-dan-harganya-2019-disertai-kandungan-zat-di-dalamnya>
- <https://vapingjkt.com/panduan-pod-system-untuk-pemula/>