

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M., & Imran, A. (2021). Keputusan pembelian online saat pandemi Covid-19 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1). Universitas Dharma Andalas.
- Achidah, N., et al. (2022). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Mio GT (Studi empiris pada produk Yamaha Mio GT di Weleri Kendal). *Journal of Management*, 2(2). Universitas Pandanaran Semarang.
- Afifi, G. R. (2020). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk Narapida Lembaga Pemasyarakatan Kelas I Cirebon (Pas Mart). *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 8(1). Politeknik Ilmu Pemasyarakatan.
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2021). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1). Universitas Samudra.
- Anantharaman, T., Gupta, V., & Singh, R. (2022). Service innovation in emerging markets. *International Journal of Marketing Studies*, 18(4), 200-215.
- Anoraga, B. J., & Eriani, S. S. (2020). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung Galaxy. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2). Universitas Negeri Surabaya.
- Apriyandani, H., et al. (2023). Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (Survei mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang membeli dan menggunakan smartphone iPhone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(2). Universitas Brawijaya.
- Aresa, D. (2024). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Universitas Indonesia.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). *Marketing: An introduction* (15th ed.). Pearson.
- Bambang, S. (2020). Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk iPhone (Studi kasus pada siswa dan siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 3(1). Institut Manajemen Wiyata Indonesia.

- Budiyanto, T., et al. (2024). Strategi promosi, kualitas produk, dan desain terhadap keputusan pembelian dan minat mereferensikan rumah pada Camar Liwas PT Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4). Universitas Sam Ratulangi.
- Chandra, F., & Pranatasari, F. D. (2020). Pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Health Enterprise. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2). Universitas Ciputra Surabaya.
- Damayanti, L. (2022). Price perception and buying decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(3), 66-80.
- Darmawan, D. (2022). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ernawati, N., Santoso, P., & Wibowo, A. (2021). The role of branding in purchase intention. *Journal of Business Studies*, 8(1), 34-47.
- Erra, S. D. (2019). Pengaruh harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario (Studi pada warga masyarakat Desa Cekok). Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh etnosentrisme, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian batik (Studi pada konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2). Universitas Mercu Buana.
- Fauzan, R., & Lestari, D. (2022). Consumer behavior and online shopping trends. *Journal of Marketing Research*, 15(2), 55-68.
- Firiana, et al. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). Universitas Teknologi Sumbawa.
- Firmansyah, M. A. (2020). Perilaku konsumen (Sikap dan pemasaran). Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2022). Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan manusia dalam pandangan ekonomi kapitalis dan ekonomi Islam. *AlMaslahah*, 13(1).

- Habiburahman. (2024). Strategi promosi pariwisata dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi*, 22(2). UIN Raden Intan Lampung.
- Halim, R. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan promosi sebagai variabel intervening pada Kosakata Apparel. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia.
- Hardiyanti, S. (2021). Customer satisfaction and repurchase intention. *Jurnal Bisnis & Ekonomi*, 12(2), 99110.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pemilihan tempat kos mahasiswa di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2). Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.
- Hidayat, A., & Nugroho, B. (2021). Digital marketing strategy in modern business. Jakarta: Media Nusantara.
- Hidayati, F. (2023). Analisis pengaruh kebutuhan experiential, kebutuhan sosial, dan kebutuhan fungsional terhadap keputusan pembelian di Kedaton Rumah Batik Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 4(2).
- Hurriyati, R. (2022). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahimsyah, D. (2023). Analisis pengaruh kebutuhan pada smartphone dan dampaknya pada keputusan pembelian (Studi kasus mahasiswa FMIPA USU). Medan: Skripsi tidak diterbitkan.
- Idris, F. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(1).
- Indah, P. M. (2021). Pengaruh word of mouth (WOM) dan pendapatan terhadap keputusan pembelian motor bekas (Studi kasus konsumen Lapal Motor Pasarbatang Brebes, Jawa Tengah). Purwokerto: Skripsi tidak diterbitkan.
- Junaidi, J., & Said, R. (2024). Pemberdayaan kesehatan anak usia sekolah: Edukasi bahaya rokok elektrik di Sekolah Indonesia Kuala Lumpur Malaysia. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Retrieved from <http://www.journal.yp3a.org/index.php/pakmas/article/view/3022>

- Kasali, R. (2021). *Membidik pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Katrin, I. L., et al. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian restoran Javana Bistro Bandung. *Jurnal Manajemen*, 3(1). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kiftiyah, K. (2020). Pengaruh kebutuhan, pengalaman, referensi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko online Shopee (Studi kasus mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung). Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan.
- Kompas. (2021). Riset ungkap lebih dari separuh penduduk Indonesia melek media sosial.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kurniawan, A. (2024). *Metode riset untuk ekonomi dan bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan, F., et al. (2020). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian (Survei pada siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan laptop bermerek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1). Universitas Brawijaya.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(2). Fakultas Ekonomi UNIAT.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of sample size in health studies*. Geneva: World Health Organization.
- Louis, D. K., et al. (2023). Pengaruh kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek terhadap pengambilan keputusan konsumen di Warung Kopi Van Ommen Coffee Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3). Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Luthfianto, D. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2). STIESIA Surabaya.

- Mahanani, E. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall.Com. *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 2(1). Universitas Persada Indonesia.
- Mallinson, J. (2018). Marketing and customer engagement. New York: Routledge.
- Margono. (2020). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mauludi, A. (2021). Teknik belajar statistik 2. Jakarta: Alim's Publishing.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2021). Analisis data penelitian dengan statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mokoagouw, M. L. (2022). Pengaruh gaya hidup, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1). Universitas Sam Ratulangi.
- Myers, G. (2020). Consumer psychology: A global perspective. London: Routledge.
- Ndun, H. J. N., & Tengko, R. P. M. (2025). Determinan perilaku merokok elektrik pada remaja berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB) di Kota Kupang. *SEHATMAS: Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*. <https://www.journal.literasisains.id/index.php/sehatmas/article/view/4592>
- Nurhaliza, R. (2022). Perceived price and purchase decision. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(3), 120135.
- Pratama, Y. (2023). The effect of social media advertising on consumer behavior. Jakarta: Media Edukasi.
- Rahmawati, H., & Hanif, I. F. (2025). Perbandingan algoritma NBC dan SVM dalam analisis sentimen terhadap dampak kesehatan rokok elektrik. *Progresif: Jurnal Ilmiah*. Retrieved from <https://ojs.stmikbanjarbaru.ac.id/index.php/progresif/article/view/2903>
- Salma, A. (2023). Digital promotion in fashion industry. *Jurnal Pemasaran Modern*, 11(1), 101-118.
- Sanisa, L. (2022). Social media promotion and brand awareness. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), 77-92.
- Sari, M., & Wahyuni, R. (2021). Product design and millennial preferences. *Jurnal Riset Ekonomi*, 7(2), 145156.

Schmitt-Beck, R., & Neumann, M. (2023). Do people like to discuss politics? A study of citizens' political talk culture. *European Political Science Review*, 15(3), 210-230.

Sobari, A. (2020). Human resource and service quality. Bandung: Alfabeta.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tay, J. (2020). Effective listening approaches in communication. Singapore: Academic Press.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Yuliani, S., & Nurhayati, T. (2021). The influence of social media promotion on purchase intention. *Jurnal Pemasaran*, 9(1), 22-33.



KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Saudara/i Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb Salam Sejahtera untuk kita semua. Perkenalkan saya Naufal Hukama Ananta Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Nasional dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh *Bandwagon Effect*, Gaya Hidup Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik Di Anchore Vapestore”. Maka Saya memohon kesediaan dari Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini

Apabila Anda memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Apakah anda konsumen dari Anchore Vapestore minimal berusia 18 tahun
YA/TIDAK
- Apakah adna konsumen dari Anchore Vapestore yang sudah memiliki berpenghasilan dan berkeluarga
YA / TDAK

Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban benar ataupun salah dalam pengisian kuesioner ini. Jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah. Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih

Hormat Saya,

Naufal Hukama

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah saya check list pada kolom yang menyangkut pada pendapat bapak/ibu.

Jawaban di nyatakan dalam skala 1s/d 5 yang memiliki makna:

No	Penyataan	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

B. Identitas responden

Istilah keterangan dibawah ini dengan memberikan saya check list dengan data yang relavan pada yang tersedia setiap pernyataan yang ada hanya memerlukan satu jawaban saja:

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-laki
☐ Wanita

2. Usia

- ☐ 18-25
☐ 26-35
☐ >35

3. Pendapatan

- ☐ <4.500.000
☐ 4.600.000 - 6.500.000
☐ 6.600.000 - 8.500.000
☐ >8.500.000

4. Pekerjaan

- ☐ Mahasiswa
☐ PNS
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Pegawai Swasta
☐ Dll

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Bandwagon Effect						
1	Saya cenderung membeli produk yang sedang ramai dibicarakan di TikTok atau Instagram.					
2	Saya membeli produk tertentu agar tidak dianggap berbeda dari lingkungan saya.					
3	Saya sering tertarik membeli produk karena melihat selebriti atau public figure menggunakannya.					
4	Saya merasa terdorong membeli produk karena teman-teman saya juga menggunakannya.					
Gaya Hidup						
1	Saya rutin mencari atau mencoba produk rokok elektrik baru di waktu luang					
2	Saya tertarik mengikuti tren dan inovasi terbaru dalam produk rokok elektrik.					
3	Saya percaya bahwa penggunaan rokok elektrik mencerminkan gaya hidup modern dan kekinian.					
Pendapatan Konsumen						
1	Saya merasa pendapatan saya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok harian keluarga.					
2	Saya dapat menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung setiap bulan.					
3	Saya mampu membiayai kebutuhan pendidikan anak atau anggota keluarga secara berkelanjutan.					

4	Saya memiliki cukup dana untuk membiayai kebutuhan kesehatan keluarga jika dibutuhkan.					
5	Saya merasa penghasilan saya mampu meningkatkan taraf hidup keluarga secara bertahap.					
Keputusan Pembelian						
1	Saya merasa yakin bahwa produk yang saya beli adalah pilihan yang tepat.					
2	Saya sudah terbiasa membeli produk ini dibandingkan merek lain.					
3	Pendapat orang lain memengaruhi keputusan saya dalam memilih produk.					
4	Saya telah beberapa kali membeli produk ini karena merasa puas.					

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
5	5	4	5	19	4	4	5	13
5	4	5	5	19	4	2	4	10
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	1	5	5	16	4	4	4	12
3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	5	4	4	17	4	3	4	11
5	5	5	5	20	4	4	4	12
5	5	5	5	20	4	4	5	13
5	5	4	5	19	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	4	5	14
2	2	2	2	8	2	2	2	6
4	4	5	4	17	4	5	4	13
5	5	5	5	20	3	2	5	10
5	5	5	5	20	5	5	5	15

4	5	5	4	18	5	5	4	14
5	5	4	5	19	1	5	5	11
5	5	5	5	20	4	3	3	10
1	4	5	1	11	3	2	5	10
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	4	5	4	17	4	4	4	12
4	4	4	4	16	5	5	4	14
5	4	4	5	18	5	5	5	15
1	1	1	1	4	1	1	1	3
4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	3	5	4	16	4	3	5	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	4	15	3	4	4	11
5	4	4	5	18	3	3	4	10
5	5	5	5	20	4	5	4	13
4	4	4	4	16	5	4	4	13
3	3	3	3	12	3	2	4	9
5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	5	5	3	16	3	3	4	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	5	4	4	17	2	5	2	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	4	3	13	3	3	4	10
1	5	5	1	12	5	4	4	13
5	5	4	5	19	4	3	4	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	16	5	3	4	12
4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	4	5	5	19	5	4	4	13

3	3	4	3	13	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	4	5	14
4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	4	4	4	16	5	4	4	13
5	4	4	5	18	4	4	4	12
4	4	4	4	16	5	3	4	12
4	5	5	4	18	1	2	2	5
5	4	5	5	19	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	4	5	19	4	4	5	13
5	3	4	5	17	4	4	4	12
4	5	4	4	17	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	5	4	4	17	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	4	4	5	17	4	2	4	10
4	4	4	4	16	5	5	5	15
4	5	4	4	17	4	4	4	12
4	4	4	4	16	3	3	3	9
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	2	14	4	3	4	11
4	5	5	4	18	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	4	4	4	16	5	5	5	15
4	4	4	4	16	5	4	5	14
4	4	4	4	16	2	2	2	6
4	4	4	4	16	4	5	4	13
4	4	4	4	16	3	2	5	10
4	4	4	4	16	5	5	5	15
4	4	4	4	16	5	5	4	14
5	5	4	4	18	1	5	5	11
4	4	4	4	16	4	3	3	10
5	5	5	4	19	3	2	5	10

4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	4	4	4	16	4	4	4	12
1	1	1	1	4	5	5	4	14
4	4	4	4	16	5	5	5	15
4	4	1	1	10	1	1	1	3
4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	4	4	2	14	4	3	5	12
4	5	5	4	18	4	4	4	12
4	4	4	4	16	3	4	4	11
4	4	4	4	16	3	3	4	10
3	3	2	3	11	4	5	4	13
4	4	3	4	15	5	4	4	13
4	4	4	5	17	3	4	4	11
4	4	4	5	17	5	5	5	15
4	4	4	2	14	3	4	4	11
4	5	5	4	18	4	5	4	13
4	4	4	4	16	5	4	5	14

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19
4	2	4	4	2	16	4	4	4	4	16
5	3	5	5	3	21	5	5	5	4	19
4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17
4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	3	4	4	19	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17
2	3	2	2	3	12	4	2	3	4	13
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	18
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	4	23	4	5	5	3	17
3	3	3	3	3	15	4	3	4	2	13
4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	18
2	2	2	2	2	10	1	1	1	1	4
3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	5	3	4	17
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15
4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	3	5	4	3	19	4	3	3	4	14
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	2	4	4	2	16	4	4	4	4	16
3	4	4	3	4	18	3	4	3	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	14
4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17
5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	18
5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	16

5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	19
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
3	5	5	3	5	21	4	4	4	5	17
5	5	3	5	5	23	5	4	2	5	16
5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	17
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	17
4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	3	4	4	3	18	5	4	4	4	17
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19
4	2	4	4	2	16	4	4	4	4	16
5	3	5	5	3	21	5	5	5	4	19
4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17
4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	3	4	4	19	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17
2	3	2	2	3	12	4	2	3	4	13
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	18
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	4	23	4	5	5	3	17
3	3	3	3	3	15	4	3	4	2	13

4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	18
2	2	2	2	2	10	1	1	1	1	4
3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	5	5	3	4	17
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15
4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	3	5	3	3	18	4	3	3	4	14
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16
5	3	4	5	4	21	5	5	4	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	.600**	.617**	.680**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.600**	1	.698**	.519**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y.3	Pearson Correlation	.617**	.698**	1	.462**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.680**	.519**	.462**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.863**	.850**	.838**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4

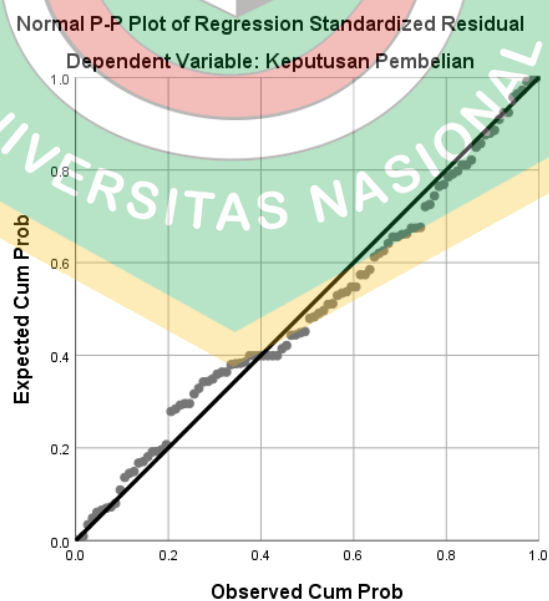
Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Bandwagon Effect(X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.521**	.506**	.856**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000

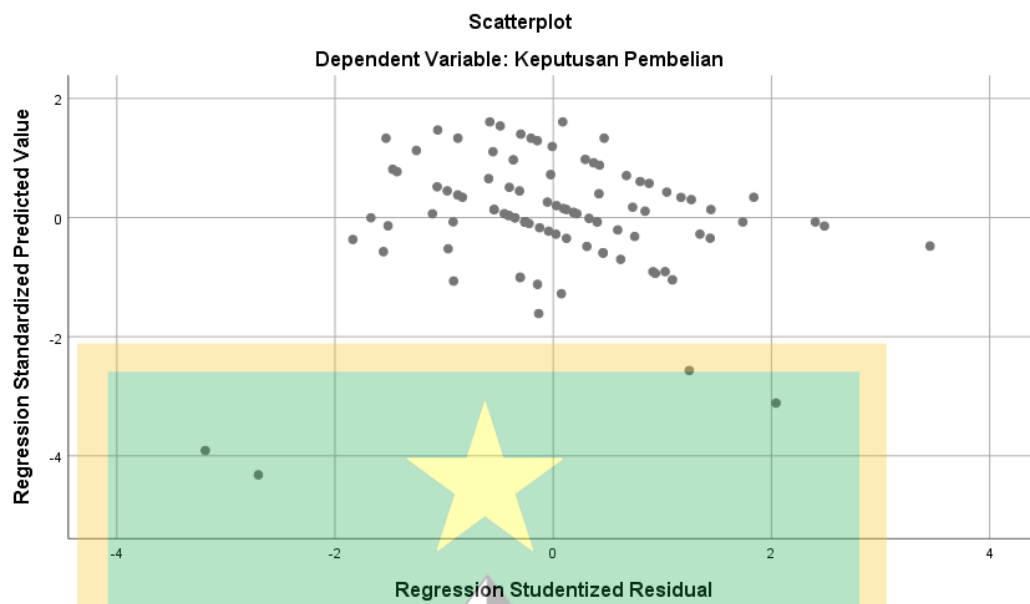
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.521**	1	.596**	.442**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.506**	.596**	1	.553**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.856**	.442**	.553**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Bandwagon Effect(X1)	Pearson Correlation	.880**	.758**	.792**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	4

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Pendapatan Konsumen
X3.1	Pearson Correlation	1	.519**	.666**	.991**	.538**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.519**	1	.521**	.531**	.991**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.666**	.521**	1	.641**	.523**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.991**	.531**	.641**	1	.550**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.538**	.991**	.523**	.550**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pendapatan Konsumen	Pearson Correlation	.877**	.843**	.787**	.877**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Coefficients ^a											
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.473	1.111		2.225	.028					
	Bandwagon Effect	.141	.061	.159	2.309	.023	.513	.229	.138	.751	1.331
	Gaya Hidup	.428	.093	.385	4.592	.000	.727	.424	.275	.509	1.965
	Pendapatan Konsumen	.326	.072	.397	4.538	.000	.742	.420	.272	.469	2.131
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian											





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.50134479
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.071
	Negative	-.076
Test Statistic	.076	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.173	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



Similarity Report ID: oid:3618:112667746

PAPER NAME

Pengaruh Bandwagon Effect, Gaya Hidup , Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik Di Anchore Vapestore

AUTHOR

Naufal Hukama Ananta

WORD COUNT

10039 Words

CHARACTER COUNT

65940 Characters

PAGE COUNT

56 Pages

FILE SIZE

1.3MB

SUBMISSION DATE

Sep 17, 2025 10:14 AM GMT+7

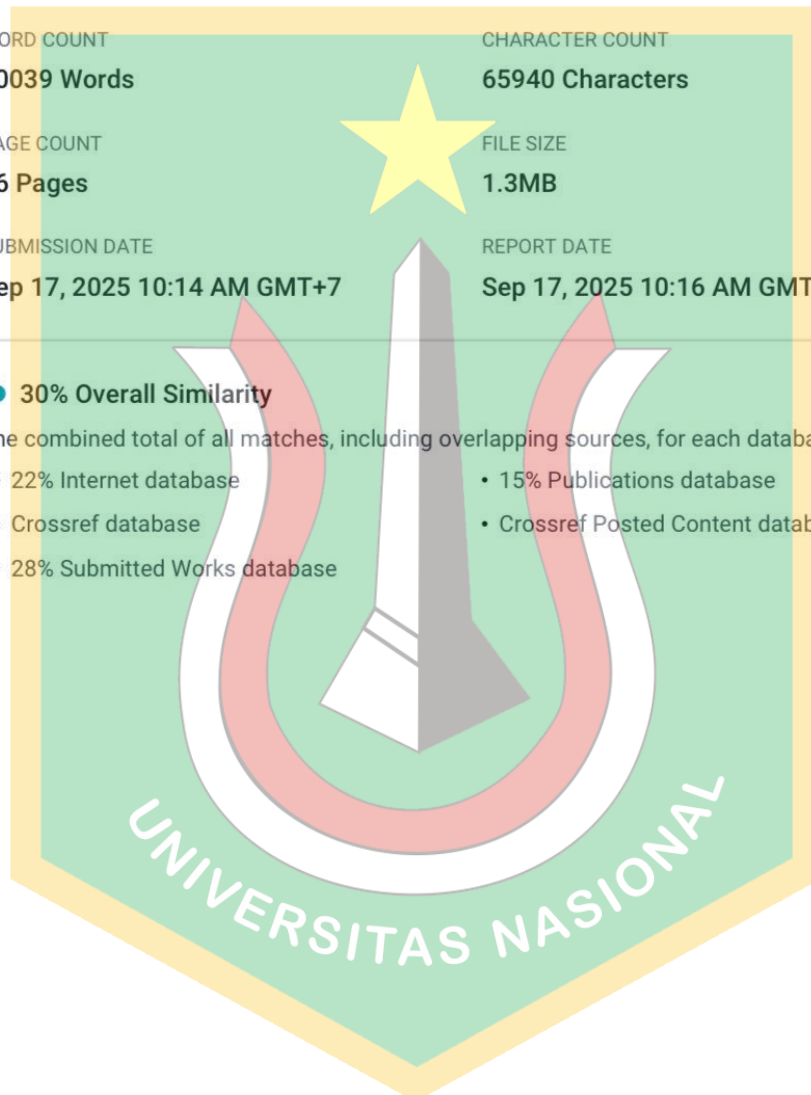
REPORT DATE

Sep 17, 2025 10:16 AM GMT+7

● **30% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 22% Internet database
- 15% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 28% Submitted Works database



Summary