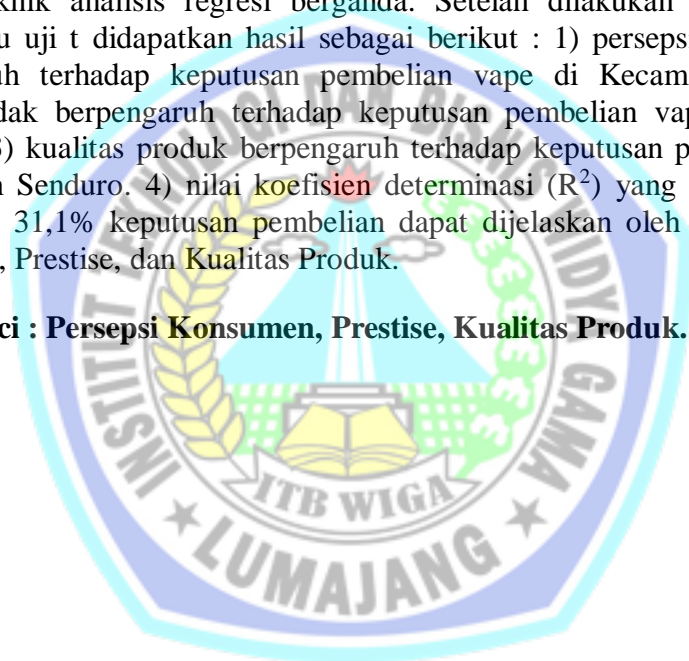


## Abstrak

Vape merupakan produk inovasi yang diciptakan guna memenuhi kebutuhan nikotin seseorang tanpa melalui proses pembakaran layaknya rokok konvensional, oleh karena itu vape menjadi alternatif bagi para pecandu rokok konvensional agar bisa menikmati nikotin dengan tingkat resiko kesehatan yang sangat rendah. Penelitian ini memiliki tujuan seberapa besar pengaruh persepsi konsumen, prestise, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian vape jenis mod di Kecamatan Senduro. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut : 1) persepsi konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan senduro. 2) prestise tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro. 3) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro. 4) nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan adalah 0,311 atau 31,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Konsumen, Prestise, dan Kualitas Produk.

**Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Prestise, Kualitas Produk.**



### ***Abstract***

*Vape is an innovative product that was created to fulfill a person's nicotine needs without going through the burning process like conventional cigarettes, therefore vaping is an alternative for conventional cigarette addicts to be able to enjoy nicotine with a very low level of health risk. This study aims to determine how much influence consumer perceptions, prestige, and product quality have on purchasing decisions for mod-type vapes in Senduro District. The research method used in this research is quantitative. Data were collected through questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. The population in this study is infinite and the sampling technique used is the purposive sampling technique. Hypothesis testing is done by using multiple regression analysis techniques. After partially testing or t-testing, the following results were obtained: 1) consumer perceptions have no effect on vape purchasing decisions in Senduro District. 2) prestige has no effect on vape purchasing decisions in Senduro District. 3) product quality has an effect on vape purchasing decisions in Senduro District. 4) the value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) produced is 0.311 or 31.1% purchasing decisions can be explained by the variables of Consumer Perception, Prestige, and Product Quality.*

***Keywords: Consumer Perception, Prestige, Product Quality.***

