
PENGARUH GAYA HIDUP, WORD OF MOUTH, KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEREMPUAN UNTUK MEROKOK

Selfiana Lestari¹, Rina Astini²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

Selfianalestari17@gmail.com, rinaastini@mercubuana.ac.id

Abstract

This study aims to identify and evaluate the influence of Lifestyle, Word of Mouth, and Reference Groups on smoking choices among women. The study involved a sample of 90 women identified as active smokers. The research employed the Structural Equation Modeling (SEM) method to analyze the collected data, which was processed using the SmartPLS software. The results indicate that the Lifestyle and Reference Group variables contribute positively and significantly to influencing women's decisions to smoke. Meanwhile, Word of Mouth also shows a positive direction of influence; however, this effect is not statistically significant in the decision-making process regarding smoking.

Keywords: *Lifestyle, Word of Mouth, and Reference Groups on Women's Decisions to Smoke*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth, serta Kelompok Referensi terhadap pilihan merokok di kalangan wanita. Studi ini menggunakan sampel sebanyak 90 orang perempuan yang diketahui sebagai perokok aktif. Penelitian ini menerapkan metode Structural Equation Modeling (SEM) dalam menganalisis data yang diperoleh, yang diolah menggunakan bantuan program Smart PLS. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Gaya Hidup dan Kelompok Referensi berkontribusi secara positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan perempuan untuk merokok. Di sisi lain, Word of Mouth juga menunjukkan arah pengaruh yang positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik terhadap pengambilan keputusan merokok.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Word of mouth, dan Kelompok Referensi Keputusan Perempuan untuk Merokok.

PENDAHULUAN

Kesehatan berperan penting mendukung kelancaran berbagai aktivitas yang dilakukan setiap hari. kondisi kesehatan yang baik merupakan hal yang sangat baik. Namun, kebiasaan merokok dapat memberikan dampak negatif terhadap kesehatan individu. Alberly dan Munafu (2011) perilaku merokok berpotensi menimbulkan efek yang membahayakan kesehatan. aktivitas merokok didefinisikan sebagai tindakan mengisap tembakau yang digulung dan dibungkus menggunakan kertas (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011). Komalasari dan Helmi (2000) menjelaskan bahwa kebiasaan merokok mencerminkan keterlibatan seseorang dalam aktivitas merokok, yang dinilai melalui aspek waktu, alasan merokok, dan seberapa sering merokok dilakukan dalam sehari.

Kebiasaan merokok kerap menimbulkan perdebatan di tengah masyarakat. Sebagian orang menilai bahwa merokok membawa dampak negatif yang lebih besar dibandingkan manfaatnya. Dalam pandangan publik, rokok sering dikategorikan sebagai produk berisiko karena Mengancam kesehatan dan keselamatan, baik bagi pengguna rokok maupun bagi masyarakat sekitar yang terpapar asap secara pasif. Ma'sum (Nurlailah, 2010) menjelaskan bahwa kebiasaan merokok dapat ditinjau dari beragam perspektif, termasuk keagamaan, kesehatan, lingkungan, dan ekonomi. Umumnya, pandangan-pandangan ini menekankan konsekuensi negatif merokok, terutama terhadap kondisi kesehatan.

Pada era sekarang, perilaku merokok telah menjadi pemandangan umum di ruang-ruang terbuka, mencakup berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak dan orang dewasa (Sakti D. H. & Pratama M. P., 2022). Perilaku merokok sering dipersepsikan secara negatif, karena dapat menimbulkan dampak yang merugikan (R. A. , A. M. G. , P. N. , M. M. , & T. H. Jafari A., 2021). Di Indonesia, kebiasaan merokok dipandang sebagai perilaku yang merugikan. Meskipun para perokok menyadari risiko kesehatan yang ditimbulkan, mereka cenderung mengabaikan peringatan mengenai bahaya jangka panjang yang dapat menyebabkan penderitaan bahkan kematian. Hal ini menunjukkan kuatnya pengaruh zat nikotin serta rendahnya pemahaman masyarakat mengenai konsekuensi kesehatan dari merokok, yang umumnya tidak langsung dirasakan.

Merokok umumnya dianggap sebagai kebiasaan yang lumrah di kalangan laki-laki, sehingga masyarakat cenderung memandangnya sebagai sesuatu yang biasa. Namun, berdasarkan temuan awal dari penelitian, terdapat pula perempuan yang terlibat dalam perilaku merokok. Hasil wawancara dengan dua responden perempuan menunjukkan bahwa mereka merokok di ruang publik, tetapi menyembunyikan kebiasaan tersebut dari keluarga inti karena merasa takut dan khawatir akan penilaian.

Fenomena perempuan yang merokok menimbulkan perbedaan pendapat di kalangan masyarakat. Sebagian orang beranggapan bahwa perempuan yang merokok mengalami penurunan nilai moral. Kebiasaan merokok sering diasosiasikan dengan citra negatif, terutama apabila dilakukan oleh perempuan, sehingga memicu munculnya stigma sosial terhadap pelakunya. (Musniati N., 2021).

Martiany (2016) mengemukakan bahwa industri rokok menerapkan strategi pemasaran yang memposisikan perempuan perokok sebagai figur mandiri, trendi, modern, dan berkelas. Dalam kondisi tertentu, rokok dijadikan media oleh perempuan untuk menciptakan identitas yang diinginkan. Namun, perempuan perokok masih kerap dihadapkan pada stigma sosial akibat konstruksi gender yang melekat di masyarakat. Mardian (2013) Penilaian negatif masyarakat terhadap perempuan perokok muncul karena perilaku tersebut dianggap bertentangan dengan norma dan ekspektasi sosial yang berlaku. Perempuan sering kali dihadapkan pada standar perilaku tertentu yang dibentuk oleh konstruksi sosial. secara sosial diasumsikan memiliki perilaku yang taat, lembut, tidak menunjukkan sikap agresif, serta bertindak sesuai dengan peran gender yang telah ditetapkan (Wahidah A. S. R., 2021).

Rokok merupakan bagian yang kerap ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku merokok telah diketahui memberikan dampak negatif terhadap kesehatan, dampaknya dirasakan tidak hanya oleh perokok aktif, namun juga oleh keluarganya dan masyarakat sekitarnya. Rokok dapat menimbulkan dampak merugikan terhadap lingkungan, baik dalam bentuk langsung maupun tidak langsung. Senyawa berbahaya berpotensi membahayakan tubuh

serta mengotori lingkungan. Selain rokok konvensional, saat ini juga berkembang jenis rokok lain, yakni rokok elektrik.

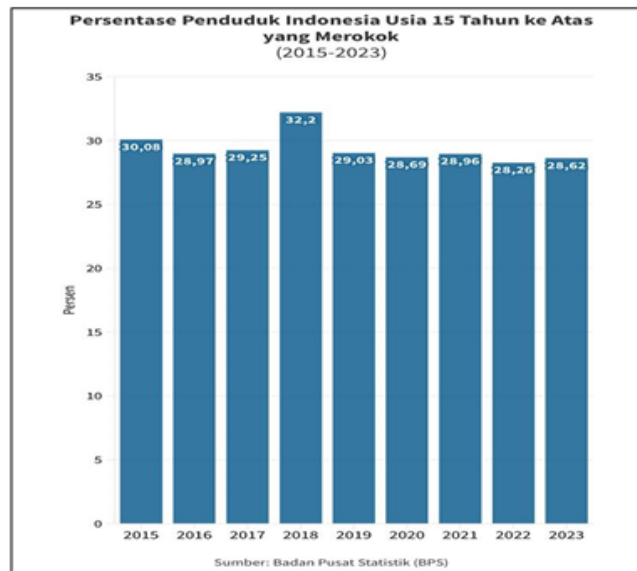
Gambar 1.1



Gambar 1. 1 jumlah perokok di negara ASEAN

Berdasarkan Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA), Indonesia menempati peringkat pertama di kawasan ASEAN sebagai negara dengan populasi perokok terbesar, dengan jumlah mencapai 65,19 juta jiwa. (R. A. , A. M. G. , P. N. , M. M. , & T. H. Jafari A., 2021), Posisi tersebut diikuti oleh Filipina dengan 16,5 juta perokok dan Vietnam dengan jumlah 15,6 juta perokok.

Gambar 1.2



Gambar 1. 2 Persentase Penduduk Indonesia Usia 15 Tahun Ke Atas Yang Merokok

Terhitung sejak tahun 2015 hingga 2023, selama delapan tahun terakhir, jumlah perokok di Indonesia menunjukkan pola yang berfluktuasi, menandakan bahwa angkanya tidak konsisten setiap tahunnya. Persentase tertinggi tercatat pada tahun 2018, di mana sebanyak 32,2% Masyarakat Indonesia mengonsumsi rokok, baik dalam bentuk rokok tradisional

maupun rokok elektrik. (Musniati N., 2021) Sementara itu, angka terendah tercapai pada tahun 2022 dengan persentase 28,26%.

Gambar 1.3



Gambar 1. 3 Persentase Perokok Di Indonesia Berdasarkan Usia

Di Indonesia, perokok berasal dari berbagai kelompok usia, termasuk kalangan remaja yang dalam data ini terbagi menjadi tiga kelompok, Rentang usia yang terdiri atas kelompok 10–12 tahun, 13–15 tahun, serta 16–18 tahun. Di antara ketiganya, remaja berusia 16 sampai 18 tahun tercatat sebagai kelompok dengan tingkat konsumsi rokok paling tinggi, yakni sebesar 41,85%. Tingginya angka ini disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman remaja terhadap bahaya merokok, sehingga banyak dari mereka tertarik untuk mencoba, baik rokok konvensional maupun elektrik. Hal yang mengkhawatirkan adalah adanya perokok di kelompok usia 10–12 tahun, yang termasuk dalam kategori usia yang sangat muda.

Gambar 1.4



Gambar 1. 4 Rata-rata Konsumsi Rokok Oleh Pemuda Per harinya

Selain kelompok usia remaja, terdapat pula kategori pemuda dalam data yang disajikan. Diketahui bahwa sebagian besar pemuda mengonsumsi antara 7 hingga 12 batang rokok per hari. Mengingat satu bungkus rokok umumnya berisi 12 batang, hal ini menunjukkan bahwa banyak pemuda yang hampir menghabiskan satu bungkus rokok setiap harinya.

Gambar 1.5

Jenis Kelamin + Nasional	Persentase Merokok Pada Penduduk Usia ≤ 18 Tahun, Menurut Jenis Kelamin (Persen)		
	2021	2022	2023
Laki Laki	7,14	6,54	7,01
Perempuan	0,09	0,16	0,15
Nasional	3,69	3,44	3,65

Gambar 1. 5 Persentase Merokok Pada Penduduk Usia < 18 Tahun, Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel di atas, persentase perempuan perokok pada tahun 2023 tercatat sebesar 0,15%, yang menunjukkan penurunan dibandingkan dua tahun sebelumnya. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlahnya menurun, perempuan perokok tetap ada. Perilaku merokok dikategorikan sebagai aktivitas berisiko tinggi karena berpotensi menimbulkan dampak kesehatan yang merugikan, mengancam keselamatan perokok sekaligus orang lain yang turut terpapar di sekelilingnya. Walau demikian, tingkat perokok laki-laki masih secara signifikan lebih tinggi dibandingkan perempuan. Beberapa faktor yang mendorong perilaku merokok meliputi dampak sosial, rasa ingin tahu, stres, kecemasan, serta ketergantungan terhadap zat adiktif. Kebiasaan merokok dapat meningkatkan risiko munculnya sejumlah gangguan kesehatan yang berat, resiko kanker, penyakit jantung dan pembuluh darah, terhambat pada sistem pernapasan, hingga risiko kematian sebelum waktunya. (Pujiyanti D., 2023). Paparan asap rokok oleh orang di sekitar (perokok pasif) juga dapat menimbulkan risiko kesehatan yang serius, bahkan serupa dengan dampak yang dialami oleh perokok aktif. Merokok adalah perilaku berisiko tinggi yang dapat menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan, baik bagi pelaku merokok termasuk ingkungan sosial di sekitarnya. Maka dengan itu, diperlukan upaya edukasi yang berkelanjutan, pengendalian yang efektif, serta intervensi medis guna mendorong masyarakat untuk berhenti merokok dan meningkatkan taraf kesehatan hidup mereka.

Hasil studi empiris dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor sosial turut memengaruhi keputusan seseorang untuk merokok, tergantung pada sejauh mana kelompok sosial memberikan pengaruh terhadap individu tersebut. Dalam hal ini, individu cenderung membeli dan Merokok dilakukan oleh individu menyesuaikan dengan peran dan kedudukan sosial yang ia miliki dalam kelompoknya. Aspek sosial yang mencakup kelompok referensi, situasi keluarga, serta posisi dan fungsi sosial seseorang dapat memengaruhi perilaku yang nyata terhadap kecenderungan seseorang dalam merokok. (Amalina Hudani, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan

Proses ini tidak hanya tentang memilih satu alternatif dari yang tersedia, tetapi juga tentang memahami informasi, mengevaluasi pilihan, dan mempertimbangkan konsekuensi dari

keputusan tersebut. Menurut Kusuma, dalam Milla & Febriola (2022) berikut adalah dimensi dan indikator pengambilan Keputusan yaitu : (Aprilia N. & Tukidi (2021)

- 1) Tujuan: Tujuan karena sebuah kebutuhan, kemampuan/keinginan diri sendiri
- 2) Mengumpulkan Informasi: Media Sosial, iklan & orang sekitar
- 3) Minat:
 - a. Minat karena suka dan menjadi pilihan dari awal
 - b. Minat karena banyak orang yang melakukannya
- 4) Pilihan alternatif yang paling baik: Karena sudah memikirkan akan melakukannya akan meringankan suatu masalah
- 5) Satisfaction
 - a. Kepuasan karena bisa melakukannya
 - b. Kepuasan karena bisa merasakan sensasinya

Word Of Mouth

Kotler dan Keller (2022) mengemukakan bahwa word of mouth adalah salah satu cara pemasaran yang dilakukan secara personal melalui interaksi sosial yang dilakukan satu individu ke individu lainnya, baik melalui komunikasi verbal, tulisan, dan media elektronik, yang didasarkan pada pengalaman mereka dalam menggunakan suatu produk. Strategi promosi word of mouth memanfaatkan pengalaman konsumen yang puas untuk mengomunikasikan suatu informasi secara langsung antar individu dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek serta mencapai hasil penjualan yang diinginkan. (Fakhrudin A., 2021). Menurut Ali dalam Sudarmin (2023), word of mouth memiliki dimensi atau indicator sebagai berikut:

- 1) Membicarakan: Membicarakan kepada teman / keluarga
- 2) Merekomendasikan: Merekomendasikan kepada teman / keluarga
- 3) Membujuk: Mendorong dengan membujuk dengan item oleh teman / keluarga

Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah sekelompok individu yang memberikan tolok ukur dan pandangan yang memengaruhi cara seseorang berpikir dan bertindak (Samboro J., 2023). Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan kelompok referensi didefinisikan sebagai sekelompok individu memiliki potensi untuk membentuk perilaku seseorang, baik dengan cara langsung maupun tidak langsung. Apabila pengaruh tersebut bersifat langsung, maka kelompok tersebut disebut sebagai kelompok keanggotaan (membership group). Beberapa kelompok ini termasuk dalam kategori kelompok primer, yakni kelompok tempat individu berinteraksi secara spontan, intens, dan informal, seperti halnya keluarga, sahabat, maupun tetangga. Sementara itu, masyarakat luas dapat diklasifikasikan sebagai kelompok sekunder, seperti organisasi keagamaan dan serikat dagang, yang umumnya bersifat lebih formal dan melibatkan interaksi yang tidak terlalu intens atau berkelanjutan. Di samping itu, kelompok luar juga memiliki potensi untuk memberikan pengaruh terhadap individu.

Menurut Petter dan Olson dalam Regiansa & Mubarak (2020) Menjelaskan bahwa terdapat dimensi dan indikator kelompok referensi yaitu :

- 1) Pengaruh Kelompok Acuan/Kelompok Referensi Informasional menyampaikan atau meneruskan informasi kepada orang lain & lingkungan sekitar.
- 2) Pengaruh Kelompok Acuan/Kelompok Referensi Utilitarian

- a. Karena termotivasi akan mendapatkan imbalan
- b. Karena termotivasi akan menghindari hukuman
- c. Pengaruh kelompok Acuan/Kelompok Referensi Ekspesif Nilai karena dipengaruhi konsep diri orang lain dan lingkungan sekitar.

Hipotesis

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa hipotesis menggambarkan suatu asumsi sementara atas persoalan yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian, di mana rumusan tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan. Mengambil dasar dari kerangka teoretis yang telah dirancang sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gaya hidup terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Orang-orang Merokok dipandang sebagai bagian dari gaya hidup oleh sebagian individu, yang mendorong keinginan untuk mencoba rokok. Hal ini umumnya dipicu oleh rasa penasaran, pengaruh dari teman sebaya, serta lingkungan pergaulan tempat mereka berinteraksi. Perilaku individu muncul sebagai hasil dari interaksi berbagai faktor, salah satunya adalah faktor predisposisi. Selain itu, terdapat pula faktor lain yang memengaruhi kebiasaan merokok pada remaja, seperti lingkungan sekitar termasuk pula dorongan eksternal yang berasal dari lingkungan sekitar individu. Ini mengindikasikan bahwa perilaku merupakan hasil interaksi antara elemen internal dan eksternal (Solihin et al., 2023) (Jusoh S. Et al., 2023).

H1 : Gaya hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Kelompok Referensi terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Kelompok referensi adalah sekelompok individu yang memberikan pengaruh terhadap tindakan seseorang. Masa remaja adalah fase di mana individu mulai berupaya mengurangi keterikatan terhadap orang tua sebagai rangka mencari identitas diri. Dalam proses ini, mereka cenderung menjalin kedekatan dengan teman sebaya karena adanya kesamaan minat, tujuan, saling berbagi emosi, serta saling mendukung dalam menyelesaikan berbagai permasalahan (Wirawati D. & Sudrajat, 2021). Ketika remaja mulai bergabung dengan kelompok teman sebaya, mereka cenderung mengikuti aturan atau kebiasaan yang berlaku dalam kelompok tersebut, meskipun aturan tersebut melanggar tatanan norma sosial yang berlaku secara umum, seperti dalam hal perilaku merokok. (Tryastuti & Widyaningsih 2022)

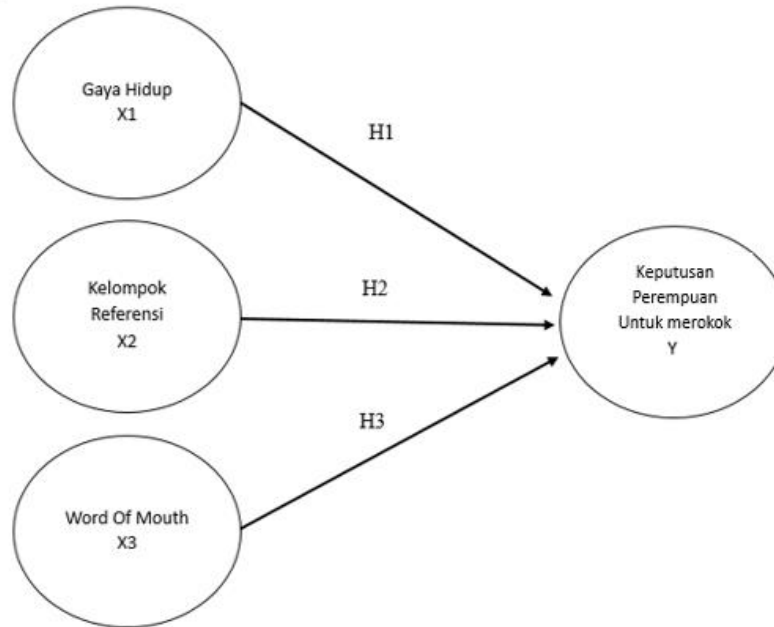
H2 : Kelompok Referensi berpengaruh positif terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Word Of Mouth terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Word of mouth (WOM) berperan penting mempengaruhi kesehatan dan membentuk pola perilaku. Semakin tinggi tingkat merokok di kalangan remaja, maka semakin besar peluang bahwa teman-teman di sekitarnya juga memiliki kebiasaan merokok, dan hal ini bersifat timbal balik (Tamtomo H., 2022). Dari fakta tersebut ada kemungkinan remaja terpengaruh oleh teman temannya. Perilaku merokok yang dilakukan remaja cenderung tidak dilakukan sendiri melainkan kesehat- sama menginginkan atau salah satu pihak terpaksa melakukan. Karena terdesak atau di bawah ancaman pihak lain karena takut di cemooh, dijauhi bahkan di benci oleh teman temannya dalam kelompok. Tanpa disadari, kebiasaan merokok yang dilakukan seseorang dapat memunculkan berbagai dampak kesehatan yang menimbulkan risiko bagi diri sendiri dan orang sekitar. Pada masa remaja, kepatuhan terhadap aturan kesehatan kerap diabaikan karena lebih mengutamakan rasa diterima dalam lingkungan pergaulan. (Fitria et al., 2023)

H3 : Word Of Mouth berpengaruh positif terhadap Keputusan Perempuan Untuk Merokok

Ditinjau pada rumusan hipotesis pemaparan sebelumnya, kerangka pemikiran dalam studi ini disusun dan ditampilkan sebagai berikut :



Gambar 1.6 Kerangka Konseptual

METODE

Pelaksanaan penelitian ini mencakup seluruh tahapan, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan kegiatan penelitian, hingga penyusunan laporan akhir. Kegiatan penelitian dilakukan 21 Juni 2024 - Desember 2024. Tempat pelaksanaan pada penelitian ini di Jakarta Selatan karena peneliti berasal dari wilayah atau daerah tersebut dan cukup mengetahui kondisi Perempuan perokok yang lumayan banyak di wilayah tersebut yang bisa menjadi tujuan penelitian.

Metodologi yang digunakan sebagai metode dalam kajian ini didasarkan pada pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang memanfaatkan data numerik yang dapat dianalisis dengan bantuan metode statistik maupun matematika. (Sekaran dan Bougie, 2017). Maholtra dan Naresh (2015) mengemukakan bahwa kuantitatif mengarah pada pengumpulan data kuantitatif yang kemudian dianalisis melalui pendekatan statistik. Pada penelitian ini hipotesis yang disajikan adalah hipotesis kausalitas yang menggunakan sebagai dasar dalam hubungan sebab - akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal menjelaskan pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai variabel lain. Dalam penelitian kausal, Fungsi variabel independen adalah sebagai pemicu utama, dan variabel dependen menggambarkan respon atau akibatnya (Sakaran dan Bougie, 2017).

Mengukur variabel dalam kerangka teoritis merupakan elemen utama dalam suatu penelitian serta menjadi komponen krusial dalam perancangan penelitian (Sekaran dan bougie

2017). Penelitian ini menggunakan skala likert dengan memberikan lima alternative jawaban yang di berikan dan masing-masing di berikan skor. Skala likert banyak di gunakan oleh para peneliti, skala penilaian ini mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan dengan masing-masing dari serangkain pernyataan tentang objek situmulus. Populasi harus ditentukan secara tepat dalam sebuah penelitian, karena berfungsi sebagai penyedia informasi yang dibutuhkan untuk mendukung analisis dan hasil studi. Dari pengetahuan yang sudah di jelaskan populasi studi yang akan dilakukan seluruh para perempuan yang merokok di daerah Jakarta Selatan.

Teknik Pengumpulan informasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menyalurkan kusioner dalam bentuk Google form yang di di bagikan kepada responden. Kusioner merupakan tehnik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk di jawab. (Sakaran dan Bougie 2017).

HASIL

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam studi ini adalah :

Tabel 2. Karakteristik Responden

Perokok		
Keterangan	Frequency	Percent
Iya	45	47,1
Tidak	30	35,3
Pernah, Tapi Sudah Berhenti	15	17,6
Total	90	100.0
Usia Responden		
Keterangan	Frequency	Percent
12 Tahun - 15 Tahun	5	5,9
16 Tahun - 20 Tahun	33	38,8
20 Tahun - 25 Tahun	25	23,5
25 Tahun - 30 Tahun	27	31,8
Total	90	100.0
Wilayah Responden		
Keterangan	Frequency	Percent
Pesanggrahan	30	35,3
Cilandak	10	11,7
Kebayoran Lama	14	16,6
Kebayoran Baru	21	18,9
Pasar Minggu	15	17,7
Total	90	100.0
Pekerjaan Responden		
Keterangan	Frequency	Percent
Pelajar/Mahasiswa	33	38,8
Instansi	17	20
Wiraswasta	25	23,5
Lain-lain	15	17,7
Total	90	100.0
Pendidikan Responden		
Keterangan	Frequency	Percent
SD/SMP/SMA	40	47,1

Diploma	30	35,3
S1/S2/S3	20	17,6
Total	90	100.0

Referensi : Data Kuesioner, 2025

Dari hasil yang diperoleh kuesioner tahun 2025 Tabel 4.1 menyajikan informasi mengenai data dari 90 responden, mayoritas responden sebagian besar, yakni 40 orang, berasal dari kelompok berpendidikan SD hingga SMA atau setara dengan 47,1%. Selanjutnya, kelompok dengan jumlah responden terbanyak kedua berasal dari jenjang Diploma, yaitu 30 orang atau 35,3%. Jumlah responden berlatar belakang pendidikan tinggi (S1–S3) adalah yang paling sedikit, yaitu mencapai 15 orang atau 17,6%. Hal ini memberi informasi bahwa responden dengan jumlah terbanyak memiliki jenjang pendidikan SD/SMP/SMA.

Model Goodness of Fit

Dalam pengujian yang dilakukan melalui *Model Goodnes of Fit*, diperoleh hasil sebagaimana dinyatakan pada Tabel 3.

Tabel 3. Model Goodness of Fit

Variabel	AVE	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	R-Square
Gaya Hidup	0.719	0.909	0.863	
Kelompok Referensi	0.859	0.961	0.945	
Keputusan	0.808	0.967	0.960	0, 622
Word of Mouth	0.888	0.960	0.937	

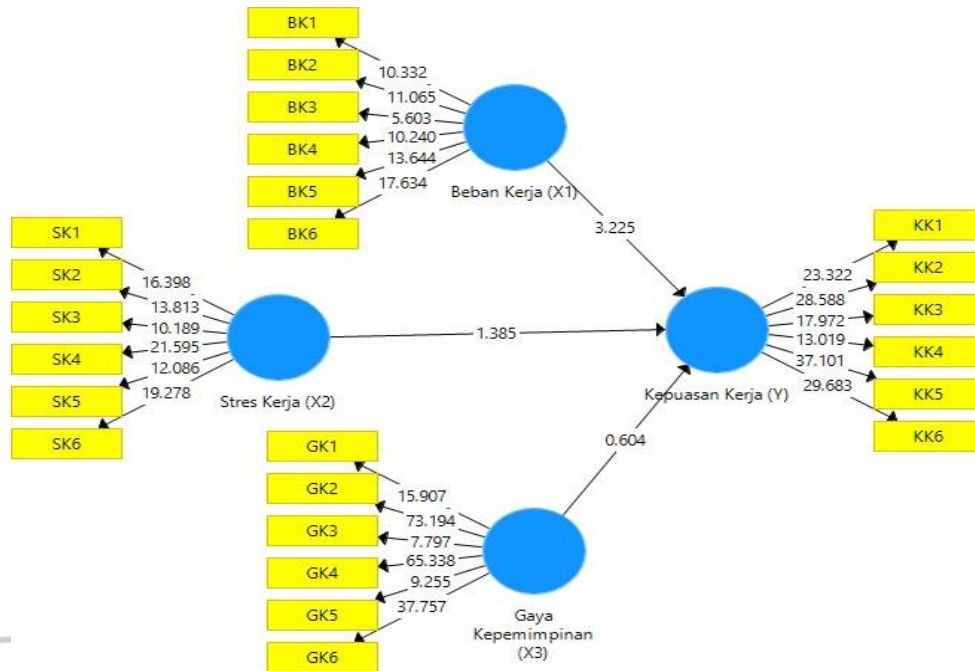
Referensi : Data Smart PLS 3, 2025

Tabel 3 menyajikan nilai AVE yang dihasilkan untuk konstruk Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Keputusan, dan Word of Mouth menunjukkan nilai yang melebihi 0,70. Nilai AVE yang diperoleh masing-masing konstruk adalah sebagai berikut: Gaya Hidup sebesar 0,719; Kelompok Referensi sebesar 0,859; Keputusan mencapai 0,808; dan Word of Mouth mencapai 0,888. Seluruh nilai tersebut melampaui ambang minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat konstruk telah memenuhi kriteria discriminant validity secara memadai.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa proses uji composite reliability dan Cronbach's alpha menghasilkan skor yang memenuhi standar, yakni $\geq 0,70$ untuk semua variabel laten, yang menandakan bahwa konstruk ini menunjukkan nilai reliabilitas yang unggul.

Tabel 3 juga Menjelaskan bahwa nilai R Square pada Keputusan 0, 622. Menunjukkan bahwa 62,2% Keputusan dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Word of Mouth dan Kelompok Referensi. Dan sebesar 15,9% berasal komponen lain yang tidak dicakup dalam studi ini.

Teknik *bootstrapping* digunakan untuk memperoleh nilai signifikansi ini. Untuk menentukan signifikansi dalam pengujian hipotesis, digunakan nilai koefisien dan T-statistic yang dihasilkan melalui prosedur bootstrapping, dengan batas signifikan Jika nilai T-statistik melampaui angka 1,96, maka hasilnya dinyatakan signifikan. Penilaian tersebut juga dapat diperkuat dengan memperhatikan nilai probabilitas *P-value*. Signifikan ditentukan saat nilai Probabilitas (P-value) menunjukkan angka yang lebih rendah dibandingkan tingkat signifikansi 0,05. Nilai tersebut dihasilkan dari analisis *bootstrapping* ditunjukan sebagaimana Gambar 2:



Gambar 2. Hasil Bootstrapping

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS 3, 2025

Hasil Pengujian Hipotesis

Berikut hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Original Sample	Standard Deviation	T-Statistics	P Values	Keterangan
H1	Gaya Hidup -> Keputusan	0.607	0.133	4.557	0.000	Diterima
H2	Kelompok Referensi -> Keputusan	0.243	0.101	2.397	0.017	Diterima
H3	Word of Mouth -> Keputusan	0.022	0.060	0.365	0.715	Tidak Diterima

Referensi : Data Smart PLS 3, 2025

Tabel 4 menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis, maka bisa dinyatakan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Sedangkan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, dan Word of Mouth tidak berpengaruh terhadap keputusan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Merokok

Studi ini memperoleh hasil uji hipotesis dengan T-statistic sejumlah 4.557, original sample sejumlah 0.607, dan P-value menunjukkan angka 0.000. Hasil menunjukkan bahwa T-statistic melampaui nilai T-tabel (1,96), original sample memiliki arah positif, dan P-value lebih kecil dari 0,05, sehingga hal ini menandakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan

terhadap Keputusan. Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Tia Faulina & Febsri Susanti (2022) menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan.

Peristiwa tersebut, jika seseorang bergaul dengan teman-teman atau berada dalam lingkungan sosial di mana merokok adalah hal yang umum atau bahkan dianggap keren, tekanan untuk ikut merokok bisa sangat kuat. Ini terutama berlaku pada masa remaja dan dewasa muda. Dalam beberapa komunitas atau budaya, merokok mungkin dianggap sebagai bagian dari tradisi atau simbol kedewasaan. Norma-norma seperti ini dapat melanggengkan perilaku merokok.

Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Merokok

Dalam uji hipotesis yang dilakukan, ditemukan bahwa T-statistic bernilai 2.397, original sample mencapai 0.243, dan nilai signifikansi (P-value) sebesar 0.017.

Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan. Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Samboro J. et al., (2023) menunjukkan bahwa Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan.

Hal ini artinya, semakin kuat pengaruh kelompok referensi terhadap seorang individu, semakin besar kemungkinan individu tersebut akan mengambil keputusan yang sejalan dengan norma, nilai, atau preferensi kelompok tersebut. Ada korelasi searah antara kekuatan pengaruh kelompok referensi dan kecenderungan mengikuti keputusan kelompok.

Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Merokok

Hasil pengujian hipotesis dalam studi ini menunjukkan bahwa T-statistic bernilai 0.365, dengan original sample sebesar 0.022, dan P-value tercatat sebesar 0.715. Nilai T-statistic lebih dari nilai T-table 1.96, nilai original sample menunjukkan nilai positif, dan pada nilai P Values menunjukkan lebih dari 0.05, hasil ini menunjukkan bahwa Word of Mouth tidak berpengaruh terhadap Keputusan. Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Cahyani P. D. et al., (2022) menunjukkan bahwa Word of Mouth tidak berpengaruh terhadap Keputusan.

Hal ini artinya, lingkungan sosial yang mendukung kebiasaan merokok terkadang kurang bisa mempengaruhi seseorang untuk menjadi perokok/merokok.

SIMPULAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi tingkat pengaruh dari faktor yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu Gaya Hidup, Word of Mouth, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Perempuan untuk Merokok. Merujuk pada hasil analisis data serta pembahasan disampaikan pada bab sebelumnya, diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Perempuan untuk Merokok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan perempuan dalam menjalani gaya hidup modern, aktif, dan dinamis, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk merokok sebagai bagian dari ekspresi identitas diri.
2. Word of Mouth memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Perempuan untuk Merokok. Ini berarti bahwa informasi dan pengalaman yang dibagikan secara langsung oleh orang-orang di sekitar, termasuk teman dan keluarga, memiliki dampak besar dalam membentuk sikap dan keputusan perempuan terhadap perilaku merokok

Kelompok Referensi juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Perempuan untuk Merokok. Semakin kuat keterikatan perempuan terhadap kelompok sosialnya, seperti teman sebaya atau figur yang dikagumi, maka semakin besar pula pengaruh kelompok tersebut terhadap keputusan untuk merokok

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina Hudani. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1, 86–94.
- Aprilia N. & Tukidi (2021). (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City. *Jurnal Manajemen, Universitas Satya Negara Indonesia*, 6, 34–36.
- Aprillia D. R. & Mustofa R. H. (2022). The Influence of Lifestyle and Product Attractiveness on Purchasing Decisions at Coffee Shop in Blora Regency. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022) Series: Advances in Economics, Business and Management Research, Volume 218*, 15–24.
- Apriyandani H., Y. E. & S. (2017). Apriyandani H., Yulianto E. & Sunarti (2017). 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 (JAB)* Vol. 50 No. 2. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*, 50, 180–189.
- Astini R. & Yuyus Yustian K. (2023). LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN FILM INDONESIA: ANALISIS KEPUASAN DAN NIAT BELI PENONTON. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 10*(01 Juli), 1.
- Fakhrudin A., Y. K. & M. Y. S. (2021). Word of Mouth Marketing Berpengaruh terhadap Keputusan Kuliah. *Forum Ekonomi*, 23, 648–657.
- Firdaus P. A., N. T. & M. (2022). Fenomena Gaya Hidup Masyarakat dan Keputusan Pembelian Vape. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18, 27–34.
- Fitria E., A. S. & N. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok pada Usia Sekolah Menengah Pertama di Wilayah Mekar Wangi. *PROMOTOR: Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 6, 331–336.
- Fitria S. E. & Wulandari R. (2021). The Influence of Lifestyle, Product Innovation and Instagram toward Online Purchase Decisions (Case Study of Firmi Scarf Store). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4, 01–08.
- Ginting N. M. & Bangun R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Store Urban Traffic Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 3, 114–125.
- Jafari A., M. M. , P. N. , A. M. G. , & T. H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Store Urban Traffic Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 3, 114–125.

- Jafari A., R. A. , A. M. G. , P. N. , M. M. , & T. H. (2021). National, regional, and global prevalence of cigarette smoking among women/females in the general population: a systematic review and meta-analysis. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 26.
- Jusoh S. Et al. (2023). Prevalence and Factors Influencing Smoking Behavior among Female Inmates in Malaysia. *Healthcare*, 11.
- Kotler, P. , & K. K. L. (2022). (2022). *Marketing Management (P. E. Limited (ed.); 16th ed.)*. Pearion Education Limited 2022. .
- Kotler, P. dan Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (ketujuh).
- Mardiana D. & Sijabat R., (2022). (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6.
- Mashudy M. & Surianto M. A., (2024). (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 (Studi pada Konsumen di Kabupaten Gresik). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5, 47–60.
- Mochamad Irfan & Mila Hariani. (2022). Cigarette Product Purchase Decision Based on Brand Image and Price. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 3, 1–7.
- Musniati N., M. R. , M. Z. & H. (2021). Determinan Perilaku Merokok pada Remaja Putri. *Journal of Public Health Innovation (JPHI)*, Vol. 2 No. 1, 13–21.
- Nizamie G. V. & Kautsar A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Rokok di Indonesia. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 5, 158–170.
- Nugraha J. P. Et al. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. SYARI'AH
- Pratiwi, M. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Merokok Remaja di Kalimantan Barat. *Forum Analisis Statistik (FORMASI)*, 2, 31–43.
- Pujiyanti D., R. N. , K. A. , P. E. , & F. A. (2023). Probabilitas Wanita Merokok di Indonesia Berdasarkan Faktor Sosial Ekonomi, Demografi, dan Kebahagiaan. *Jurnal Ekonomi, Lingkungan, Energi, Dan Bisnis (ELEGIS)*, 1, 1–16.
- Putri C. N. & Fauzi T. H. (2023). The Effect of E-WOM and Brand Image on Purchasing Decisions of Automotive Products: Mediating Role of Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 9, 843–854.
- Sakti D. H. & Pratama M. P. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup, dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Polygon di Kebumen (Studi pada Pengguna Polygon di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4, 83–96.
- Samboro J., H. M. , P. J. D. & M. M. ., (2023). Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Xiaomi. *Upajiwa Dewantara*, 7, 91–101.

- Septiana Kusuma D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok pada Remaja di Parung Panjang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 10, 249–253.
- Solihin, N. M. , N. & S. D. M. S. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMA 2 Dan SMK 8 Muhammadiyah Tanjung Sari Kecamatan Medan Selayang. *Termometer: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan Dan Kedokteran*, 1, 111–129.
- Syaifudin A., R. U. & S. K. (2023). Effect of Lifestyle, Taste, Word of Mouth, and Brand Trust to the Purchasing Decisions. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6, 366–372.
- Tamtomo H., S. W. , A. & P. A. A. (2022). The Impact of Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decision. *2nd International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, 239–253.
- Tehrani H., M. M. , P. N. , A. M. G. , K. E. C. , & J. A. (2022). Exploration Factors on Smoking Among Female Adolescents Based on the Viewpoints of Iranian Adolescent Girls. *BMC Women's Health*, 22.
- Wahidah A. S. R. (2021). Makna Hidup Karyawan Perempuan yang Merokok. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8, 60–69.
- Wahyoedi S. & Andry. (2021). The Influence of Pricing Rate and Word of Mouth (WOM) Mediated by Trust on Credit Car Purchasing Decisions. *International Journal of Science, Technology & Management*, 6, 2297–2035.
- Wahyudi G. R. N., R. N. & P. A. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rokok Sampoerna A Mild (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unism*, 11.
- Wandita, D. T. (2020). Pengaruh Cukai Rokok Terhadap Konsumsi Rokok Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Rokok. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 14, 159–165.
- Wirawati D. & Sudrajat. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok di Kalangan Remaja. *Holistik: Jurnal Kesehatan*, 15, 518–524.
- Zainurossalamia S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*.
- Zusrony E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*.