

## *ABSTRACT*

This study aims to determine the impact of lifestyle, social media, and price perceptions on purchasing decisions at MelatiVape Store Sidoarjo. Respondents in the study were Melativapestore consumers in Sidoarjo. The data collection technique used was by distributing questionnaires to respondents using judgmental sampling method that the researcher encountered during the research, also by asking for help from the store owner and his friends to get answers from respondents. The number of samples used in this study were 112 respondents. Data analysis with the help of SPSS 24 used the frequency mean data method for categorization. The results of the study indicate that the impact of Lifestyle, Social Media, and Price Perception can influence the Vape Purchase Decision at Melativapestore in Sidoarjo.

Keywords: Lifestyle, Social Media, Price Perception, and Purchase Decisions

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di MelatiVape Store Sidoarjo. Responden pada penelitian adalah para konsumen Melativapestore yang ada di Sidoarjo. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner kepada responden dengan metode *judgemental sampling* yang ditemui peneliti saat penelitian, juga dengan meminta bantuan dari pemilik store serta teman-temannya untuk mendapatkan jawaban dari responden. Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 112 responden. Data analisis dengan bantuan SPSS 24 menggunakan metode frekuensi data mean untuk pengkategorian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dampak dari Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga dapat berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Vape di Melativapestore yang ada di Sidoarjo.

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, Media Sosial, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian