



Hubungan Iklan Rokok Dan Harga Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMK 1 Bengkulu Tengah

Arin Melinda ¹⁾, Darmawansyah ²⁾, Delta Aprianti ³⁾

^{1,2,3} Universitas Dehasen Bengkulu

e-mail: ¹⁾ arinmeinda2@gmail.com, ²⁾ deltaaprianti@unived.ac.id

Received [05-12-2025]

Revised [12-06-2026]

Accepted [17-06-2026]

Abstract. *An estimated 60 million Indonesians are active smokers. This contrasts with the decline in cigarette consumption in other countries. However, in Indonesia, the number of active smokers is predicted to increase to 150 million by 2025. The purpose of this reserach was to determine the correlation between cigarette advertising and cigarette prices on smoking behavior among adolescents at SMK 1 Bengkulu Tengah. The reserach used a survey method with a quantitative approach. A sample of 61 students was selected using a purposive sampling technique. Univariate analysis was conducted to describe the frequency distribution of variables including cigarette advertising, cigarette price, and smoking behavior. Bivariate analysis, using the chi-square test, examined the relationship between cigarette advertising and smoking behavior, as well as cigarette price and smoking behavior. The results of the univariate analysis showed that 73.8% of respondents were exposed to cigarette advertising, 82% felt cigarette prices were influential, and 83.6% smoked. The bivariate analysis revealed a significant relationship between cigarette advertising exposure and smoking behavior ($p = 0.001$) and between cigarette price and smoking behavior ($p = 0.001$). Based on the research results, it is recommended that SMK 1 Bengkulu Tengah increase education and outreach regarding the dangers of smoking and collaborate with relevant parties to control cigarette advertising and set cigarette prices to reduce smoking interest among students.*

Keywords: *Cigarette Advertising, Cigarette Prices, Adolescent Smoking Behavior.*

Abstrak. Diperkirakan sekitar 60 juta penduduk Indonesia merupakan perokok aktif, hal ini berbeda dengan jumlah konsumsi rokok di negara lain yang diperkirakan akan menurun, tetapi di Indonesia diprediksi pada tahun 2025 akan meningkat hingga 150 juta penduduk Indonesia menjadi perokok aktif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara iklan rokok dan harga rokok terhadap perilaku merokok pada remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah. Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel berjumlah 61 siswa dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis univariat dilakukan untuk menggambarkan distribusi frekuensi variabel iklan rokok, harga rokok, dan perilaku merokok. Selanjutnya, analisis bivariat menggunakan uji chi-square untuk menguji hubungan antara iklan rokok dan perilaku merokok serta harga rokok dan perilaku merokok. Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa 73,8% responden terpapar iklan rokok, 82% merasakan harga rokok berpengaruh, dan 83,6% memiliki perilaku merokok. Analisis bivariat mengungkapkan adanya hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok ($p = 0,001$) dan antara harga rokok dengan perilaku merokok ($p = 0,001$). Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada pihak SMK 1 Bengkulu Tengah untuk meningkatkan edukasi dan penyuluhan mengenai bahaya merokok serta melakukan kerjasama dengan pihak terkait dalam pengendalian iklan rokok dan penetapan harga rokok yang dapat mengurangi minat merokok di kalangan siswa.

Kata Kunci: *Iklan Rokok, Harga Rokok, Perilaku Merokok Remaja*

PENDAHULUAN

Perilaku merokok sudah terjadi sejak 4000 tahun sebelum masehi di Amerika Selatan dan pada saat sekarang ini masih menjadi permasalahan yang banyak terjadi di berbagai belahan dunia. Sepertujuh dari populasi dunia atau satu miliar orang merupakan seorang perokok. Rokok membunuh lebih dari 7 juta orang setiap tahun, Setiap menit hampir 11 juta batang rokok dihisap oleh masyarakat di dunia dan 10 orang meninggal karena rokok (WHO, 2021). Di Indonesia, perilaku merokok sudah menjadi kebiasaan yang mengalami angka peningkatan, khususnya pada remaja. Masalah rokok telah menjadi perbincangan banyak orang. Hal utama yang dibahas sudah tentu mengenai masalah yang disebabkan oleh rokok, baik bagi kesehatan ataupun kualitas hidup pecandunya. Diperkirakan sekitar 60 juta penduduk Indonesia merupakan perokok aktif, hal ini berbeda dengan jumlah konsumsi rokok di negara lain yang diperkirakan akan menurun, tetapi di Indonesia diprediksi pada tahun 2025 akan meningkat hingga 150 juta penduduk Indonesia menjadi perokok aktif (WHO, 2021). Data terbaru dari Global Youth Tobacco Survey(2023) menunjukkan bahwa 40,6% pelajar di Indonesia (usia 13 – 15 tahun), 2 dari 3 anak laki – laki, dan hampir 1 dari 5 anak perempuan sudah pernah menggunakan produk tembakau. 19,2% pelajar saat ini merokok dan diantara jumlah tersebut, 60,6% bahkan tidak dicegah ketika membeli rokok dan juga mereka dapat membeli rokok secara eceran. Diketahui prevalensi merokok pada remaja di Indonesia akan terus mengalami peningkatan. Berdasarkan Data Riset Kesehatan Dasar tahun (2018) menunjukkan bahwa perilaku merokok pada masyarakat di Indonesia setiap hari sebanyak 24,3%. Hasil data Riset Kesehatan Dasar tahun 2018 memperlihatkan prevalensi perilaku merokok pertama kali pada remaja dengan usia 15-19 tahun sebanyak 52,1%, Kemenkes RI, (2018). Hasil survei Riset Kesehatan Dasar (2018) menunjukkan Provinsi Bengkulu merupakan yang ke 15 penyumbang tertinggi angka perokok aktif di Indonesia (26,9%). Berdasarkan penelitian diketahui bahwa trend usia merokok meningkat pada usia remaja, yaitu pada kelompok usia 10-14 tahun dan 15-19 tahun. Usia merokok pertama kali paling tinggi adalah pada kelompok usia 15-19 tahun. Data diatas diperkuat dengan proporsi usia mulai merokoknya pada rentang usia 15-19 tahun di Provinsi Sumatera Barat yaitu sebesar 46,5% (Kemenkes RI, 2018). Masa remaja merupakan periode transisi perkembangan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa secara fisik, psikologis maupun intelektual. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan merupakan suatu tahap perkembangan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dan akan terjadi perubahan fase kehidupan dalam hal fisik, fisiologis, dan sosial. Pada setiap fase perkembangan individu, termasuk remaja, selalu ditemukan berbagai perubahan perilaku. Salah satu perubahan tersebut yaitu munculnya perubahan perilaku kebiasaan merokok (Kemenkes RI, 2023). Menurut Komasari & Helmi (2021) mengungkapkan bahwa faktor penyebab perilaku merokok salah satunya adalah dari faktor (Eksternal) yaitu faktor yang berkaitan dengan perilaku merokok orang tua, perilaku merokok teman sebaya, iklan rokok, dan harga rokok. Faktor lingkungan (eksternal) sangat berpengaruh dalam perilaku merokok pada remaja seperti iklan rokok dan harga rokok (Iskandar, 2021), mendapati bahwa salah satu kriteria pria jantan dan perkasa menurut kebanyakan responden adalah meraka yang merokok. Dan 83,7% remaja yang merokok disebabkan akibat pengaruh kuat iklan di media massa yang menonjolkan kejantanan dan kegagahan. Begitu masifnya iklan rokok baik di televisi menyebabkan remaja mudah terpapar. Iklan rokok memiliki peran yang sangat besar dalam mempengaruhi perilaku merokok pada kalangan remaja, dikarenakan citra positif yang ditampilkan pada setiap iklannya. Selain faktor diatas, beberapa penelitian menemukan bahwa harga rokok juga dapat mempengaruhi perilaku merokok pada remaja. Salah satu alasan rokok menjadi komoditas yang laris di pasar Indonesia antara lain karena harga rokok yang murah dan terjangkau, yang disebabkan oleh rendahnya cukai rokok. Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan cukai rokok, dengan cara menaikkan harga rokok setiap tahunnya.

Rendahnya harga rokok dapat meningkatkan risiko kebiasaan merokok pada remaja (Kartika, Thaariq, Ningrum, & Ramdlaningrum, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Soesyasmoro et al (2021) membuktikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara teman sebaya, iklan rokok, dan harga rokok terhadap perilaku merokok.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika et al, (2021) yang mengatakan bahwa adanya pengaruh harga rokok terhadap perilaku merokok. Rachmat, Thaha, & Syafar, (2022) didapatkan hasil bahwa sebagian besar remaja berperilaku merokok karena terpengaruh media massa dan terpapar iklan rokok di televisi. Menurut Widiyansyah, (2024) Menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja. Menurut data dari Dinas Kesehatan Provinsi Bengkulu (2022), provinsi Bengkulu merupakan peringkat 15 nasional dengan warga yang berperilaku merokok mencapai 38% jika dikalkulasikan yaitu 4 dari 10 warga provinsi Bengkulu adalah perokok. Berdasarkan data dari dinas pendidikan Bengkulu Tengah. SMK N 1 Bengkulu Tengah jumlah keseluruhan siswa sebanyak 598 orang. Terdiri dari 461 siswa laki-laki dan 137 siswa perempuan.

Data ini juga dipertegas oleh beberapa guru yang berada di SMK N 1 Bengkulu Tengah Dimana, SMK N 1 Bengkulu Tengah merupakan kasus terbanyak siswa laki-lakinya memiliki perilaku merokok pada saat jam istirahat dan sewaktu pulang sekolah. Guru di SMK N 1 Bengkulu Tengah mengatakan siswa sudah merasakan nikmatnya rokok, padahal guru-guru di SMK N 1 Bengkulu Tengah juga sudah ikut berusaha untuk memberikan beberapa materi pembelajaran yang berkaitan dengan perilaku hidup bersih dan sehat, namun pengetahuan tersebut larut dalam kehidupan mereka demi menikmati nikmatnya asap rokok yang mereka telan. dan mereka juga mengatakan bahwa dengan merokok pikiran mereka menjadi tenang (Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkulu Tengah, 2024). Berdasarkan fenomena yang ada dan juga dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh para ahli sebelumnya didapatkan hasil bahwa faktor eksternal yang paling banyak ditemukan dan lebih mempengaruhi perilaku merokok dibandingkan faktor internal. Hal itu dikarenakan tingginya rasa ingin tahu dan coba – coba pada remaja sehingga remaja mencontoh apa yang sering dilihat dilingkungan sekitarnya. Dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada tanggal 19 April 2025 dilakukan dengan wawancara terhadap 10 siswa. Dimana terdapat 7 dari 10 siswa SMK N 1 Bengkulu Tengah mengatakan mereka sudah merokok. Hal ini juga terlihat dimana siswa dengan santainya merokok di kantin sekolah baik pada istirahat sekolah maupun pulang sekolah.

METODE PENELITIAN

penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif analitik dengan rancangan atau desain penelitian *cross-sectional study* yaitu suatu penelitian yang mempelajari hubungan antara faktor resiko (independen) dengan faktor efek (dependen) dimana melakukan observasi atau pengukuran variabel sekali dan sekaligus pada waktu yang sama (Donsu, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Iklan Rokok dan Harga Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Univariat

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMK 1 Bengkulu Tengah

Iklan Rokok	f	%
Tidak Terpapar	16	26,2
Terpapar	45	73,8
Total	61	100

Tabel 1 didapatkan dari 61 responden terdapat sebagian besar dari responden terpapar iklan rokok yaitu sebesar 73,8%.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Harga Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMK 1 Bengkulu Tengah

Harga Rokok	f	%
Tidak Berpengaruh	11	18
Berpengaruh	50	82
Total	61	100

Tabel 2 didapatkan dari 61 responden terdapat hampir seluruh dari responden terpengaruh terhadap harga rokok yaitu sebesar 82%.

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMK 1 Bengkulu Tengah.

Perilaku Merokok	f	%
Tidak Merokok	10	16,4
Merokok	51	83,6
Total	61	100

Tabel 3 perilaku merokok didapatkan hampir seluruh dari responden merokok yaitu sebesar 83,6%.

Analisa Bivariat

Tabel 4 Hubungan Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Perilaku Merokok							P Value
Iklan Rokok	Tidak Merokok		Merokok		Total		
	f	%	f	%	F	%	
Tidak Terpapar	9	2,6	7	13,4	16	16	0,001
Terpapar	1	7,4	44	37,6	45	45	
Total	10	16,4	51	83,6	61	100	

Pada tabel didapatkan dari 61 responden, hampir setengah dari responden yang terpapar iklan rokok 44 orang (37,6%) memiliki perilaku merokok. Sebaliknya, dari yang tidak terpapar iklan rokok sangat sedikit dari responden 7 orang (13,4%) yang merokok, sedangkan sangat sedikit dari responden 9 orang (2,6%) tidak merokok.

Berdasarkan uji pearson *chi-squared* diperoleh nilai $P\text{ value} = 0.001 < \alpha (0,05)$ jadi signifikan, sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima, yang berarti secara statistik ada hubungan yang sangat signifikan secara statistik antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok.

Hasil uji Uji Fisher's Exact menunjukkan nilai $p = 0,001$ ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Dengan demikian, iklan rokok terbukti berpengaruh terhadap keputusan merokok siswa.

Tabel 5 Hubungan Harga Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Harga Rokok	Perilaku Merokok							P Value
	Tidak Merokok		Merokok		Total			
	f	%	f	%	F	%		
Tidak Berpengaruh	9	1,8	2	9,2	11	1	0,001	
Berpengaruh	1	8,2	49	41,8	50	5		
Total	10	6,4	51	83,6	61	100		

Pada tabel 5 didapatkan dari 61 responden, terdapat 11 responden yang tidak berpengaruh terhadap harga rokok, terdapat 9 orang (1,8%) yang tidak merokok dan 2 orang (9,2%) yang merokok. Sedangkan dari 50 orang yang berpengaruh terhadap iklan rokok, terdapat 1 (8,2%) orang yang tidak merokok dan 49 orang (41,8%) yang merokok.

Berdasarkan uji pearson *chi-squared* diperoleh nilai $P\text{ value} = 0.001 < \alpha (0,05)$ jadi signifikan, sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima, yang berarti secara statistik ada hubungan yang sangat signifikan secara statistik antara persepsi harga rokok dengan perilaku merokok

Pembahasan

Distribusi frekuensi iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah terpapar iklan rokok, yakni sebanyak 73,8% dan yang tidak terpapar iklan rokok sebanyak 26,2%.

Tingginya paparan iklan rokok angka 73,8% menunjukkan mayoritas remaja masih sering melihat iklan rokok, baik secara langsung (papan reklame, spanduk, brosur) maupun tidak langsung (televisi, media sosial, sponsorship event olahraga/musik). Remaja merupakan target strategis industri rokok karena berada pada fase eksplorasi identitas dan mudah dipengaruhi oleh simbol “keren, maskulin, bebas” yang kerap ditampilkan dalam iklan rokok (Sebayang, S. K., Dewi, F. S., & Wahyuti, W., 2019).

Dampak paparan iklan rokok berhubungan dengan peningkatan minat mencoba merokok, sikap permisif terhadap rokok, hingga meningkatnya prevalensi perokok pemula. Menurut teori *Social Learning Bandura*, remaja belajar melalui observasi dan modeling. Iklan rokok menciptakan role model palsu yang menarik bagi remaja (Maryani, H., & Dewi, Y., 2021).

Distribusi frekuensi harga rokok terhadap remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Dari 61 responden, sebagian besar atau sebanyak 50 orang (82%) menyatakan bahwa harga rokok berpengaruh terhadap perilaku merokok mereka, sedangkan 11 responden (18%) menganggap harga rokok tidak berpengaruh.

Harga Rokok Berpengaruh (82%), mayoritas responden merasa harga rokok memengaruhi perilaku merokok. Kenaikan harga rokok akan membuat sebagian perokok mengurangi konsumsi, beralih ke rokok yang lebih murah, atau bahkan berhenti merokok. Hal ini sesuai dengan teori ekonomi permintaan (law of demand): semakin tinggi harga suatu barang, semakin rendah permintaan, termasuk rokok. Bagi remaja dan kelompok ekonomi menengah ke bawah, harga merupakan faktor penting karena daya beli terbatas (Marlina, E., & Astuti, D. 2020).

Distribusi frekuensi perilaku merokok pada remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Dari total 61 responden yang diteliti, ditemukan bahwa mayoritas atau sebanyak 51 orang (83,6%) memiliki perilaku merokok, sedangkan hanya 10 orang (16,4%) yang tidak merokok.

Tingginya Angka Perilaku Merokok (83,6%), angka ini menunjukkan bahwa merokok masih menjadi kebiasaan umum di masyarakat. Faktor yang memengaruhi perilaku merokok yaitu lingkungan sosial: teman sebaya dan keluarga yang merokok menjadi faktor kuat pendorong perilaku ini, iklan dan promosi rokok: membuat rokok tampak keren atau maskulin, sehingga memengaruhi remaja maupun dewasa muda, harga yang terjangkau: walaupun harga berpengaruh, rokok di Indonesia masih relatif murah dibanding negara lain dan adiksi nikotin: membuat perokok sulit berhenti meskipun mengetahui dampak buruknya (Rahmawati, F., & Prasetyo, A., 2019).

Hubungan Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok pada remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah. Dari total 61 responden, sebagian besar yang terpapar iklan rokok 44 orang (37,6%) memiliki perilaku merokok. Sebaliknya, dari yang tidak terpapar iklan rokok 7 orang (13,4%) yang merokok, sedangkan 9 orang (2,6%) tidak merokok.

Nilai p sebesar 0,001 menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak terjadi secara kebetulan, melainkan ada keterkaitan yang kuat antara paparan iklan rokok dan kebiasaan merokok. Dengan kata lain, iklan rokok berperan sebagai faktor pemicu atau pendorong perilaku merokok di kalangan remaja.

Hubungan Harga Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah

Penelitian ini mengkaji hubungan antara persepsi harga rokok dengan perilaku merokok pada remaja di SMK 1 Bengkulu Tengah. Dari 61 responden terdapat 11 responden yang tidak berpengaruh terhadap harga rokok terdapat 9 orang (1,8%) yang tidak merokok dan 2 orang (9,2%) yang merokok. Sedangkan dari 50 orang yang berpengaruh terhadap iklan rokok, terdapat 1 (8,2%) orang yang tidak merokok dan 49 orang (41,8%) yang merokok.

KESIMPULAN

1. Sebagian besar dari responden terpapar iklan rokok yaitu sebesar 73,8%.
2. Sebagian besar dari responden berpengaruh terhadap harga rokok yaitu sebesar 82%.
3. Nilai p sebesar 0,001 (biasanya dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05) berarti ada hubungan yang sangat signifikan secara statistik antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok.
4. Nilai P Value = 0,00, Nilai p sebesar 0,001 menunjukkan hubungan yang sangat signifikan secara statistik antara persepsi harga rokok dengan perilaku merokok

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M., & Sari, D. P. (2019). *Hubungan harga rokok dengan perilaku merokok mahasiswa*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional, 13(2), 112–120.
- Alamsyah, A. (2017). *Determinan Perilaku Merokok Pada Remaja*. Jurnal Endurance, 2(1), 25. <https://doi.org/10.22216/jen.v2i1.1372>
- Anwar, Y., Nababan, D., & Tarigan, F. L. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Pada Remaja Di Desa Tawar Sedenge Kecamatan Bandar Kabupaten Bener Meriah*. Journal of Healthcare Technology and Medicine, 7(2).

- Ariani, risky D. (2022). *Hubungan Antara Iklan Rokok Dengan Sikap Dan Perilaku Merokok Pada Remaja di SMA Negeri 4 Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Aulia, A., Indriyani, R., Sari, P. K., Zulifayah, E., & Suprayitno, E. *Pola Asuh Orang Tua dan Ketertarikan pada Iklan Rokok Berhubungan dengan Perilaku Merokok pada Remaja*. Jurnal Midwifery Zigot, 4(1), 21-25.
- Dewi, D. P. N. (2021). *Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri I Tampaksiring* (Doctoral dissertation, Universitas Dhyana Pura).
- Fadhila, F., Widati, S., & Fatah, M. (2021). *Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja di Daerah Kota dan Desa Kabupaten Pamekasan*. Medical Technology and Public Health Journal, 5(2), 198-208.
- Farkhah, L. (2021). *Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Remaja Terhadap Perilaku Merokok*. Jurnal Keperawatan Muhammadiyah Bengkulu, 9(2), 32-37.
- Global Youth Tobacco Survey. (2023). *Perilaku Merokok Pelajar Indonesia*.
- Hendrizal. (2015). *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok Staf Administrasi Pria di Universitas Andalas*. Universitas Andalas, Padang.
- Iskandar, M. S. (2021). *Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi*. Jakarta: Erlangga.
- Kartika, W., Thaariq, R. M., Ningrum, D. R., & Ramdlaningrum, H. (2021). *Pengaruh Iklan dan Harga Rokok terhadap Perilaku Merokok Remaja*. Jakarta: Penerbit Akademika Press.
- Kemenkes RI. (2018). Riset Kesehatan. In *Riskesmas. Riset Kesehatan Dasar 2018*.
- Komasari, D., & Helmi, A. F. (2021). *Faktor Faktor Penyebab Merokok Pada Remaja*. Jurnal Psikologi, 27(1), 37-47.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Ed 13 Jili).
- Marlina, E., & Astuti, D. (2020). *Pengaruh harga rokok terhadap perilaku merokok remaja*. Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia, 15(1), 23-31.
- Maryani, H., & Dewi, Y. (2021). *Hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas, 15(2), 54-62.
- Putro, W. G., Nisa, N. J., Sundari, L., Bigwanto, M., Soerojo, W., & Jacob, D. B. (2022). *Hubungan Keterpaparan Iklan Rokok Terhadap Preferensi Merek Rokok Yang Disukai Anak*. Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, 13(01), 75-83.
- Putro, W. G., Nisa, N. J., Sundari, L., Bigwanto, M., Soerojo, W., & Jacob, D. B. (2022). *Hubungan Keterpaparan Iklan Rokok Terhadap Preferensi Merek Rokok Yang Disukai Anak*. Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, 13(01), 75-83.
- Rachmat, M., Thaha, R. M., & Syafar, M. (2022). *Perilaku Merokok Remaja Sekolah Menengah Pertama*. Kesmas: National Public Health Journal, 7(11),
- Rahmawati, F., & Prasetyo, A. (2019). *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku merokok pada remaja*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional, 13(3), 150-158.
- Riset Kesehatan Dasar. (2018). *Perilaku Merokok*. Retrieved March 12, 2021, from [https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/indonesia-gyts-2019-factsheet-\(ages-13-15\)-\(final\)-indonesian-final.pdf?sfvrsn=b99e597b_2](https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/indonesia-gyts-2019-factsheet-(ages-13-15)-(final)-indonesian-final.pdf?sfvrsn=b99e597b_2)
- Santrock, & J.W. (2017). *Psikologi Perkembangan* (Ed 11). Jakarta: Erlangga.
- Satria, Y., & Hayani, H. (2023)
- Sebayang, S. K., Dewi, F. S., & Wahyuti, W. (2019). *Exposure to tobacco advertising, promotion and sponsorship, and adolescent smoking behavior in Indonesia*. BMC Public Health, 19(1), 1-9.
- Sihotang, S. H. (2023). *Hubungan Antara Iklan Rokok Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja di SMPN9 Hutaimbaru Padangsidimpuan Tahun 2023*.

- Soesyasmoro, R. A., Demartoto, A., & Adriani, R. B. (2021). *Effect of Knowledge, Peer Group, Family, Cigarette Price, Stipend, Access to Cigarette, and Attitude, on Smoking Behavior*. Journal of Health Promotion and Behavior, 01(03), 201–210. <https://doi.org/10.26911/thejhp.2016.01.03.07>
- Sukarna, P. A. (2021). *Gambaran sikap dan perilaku merokok siswa SMA / SMK terhadap bahaya rokok pasca pencantuman gambar peringatan pada kemasan rokok di wilayah kerja UPT puskesmas Mengwi I Kabupaten Badung Bali*. Jurnal Intisari Sains Medis, 8(1), 63–68. <https://doi.org/10.15562/ism.v8i1.104>
- Susanti, N., Syafira, A. C., Febrina, D., & Farashati, J. I. (2024). *Gambaran Perilaku Merokok pada Remaja Laki-laki Usia 15-17 Tahun*. JPKM: Jurnal Profesi Kesehatan Masyarakat, 5(2), 81-89.
- Syafrida, W. (2021). *Hubungan Faktor Orang Tua, Teman Sebaya, Iklan Rokok, dan Harga Rokok dengan Perilaku Merokok pada Remaja di SMK N 01 Tarusan* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Syafrida, W. (2021). *Hubungan Faktor Orang Tua, Teman Sebaya, Iklan Rokok, dan Harga Rokok dengan Perilaku Merokok pada Remaja di SMK N 01 Tarusan* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Widiansyah, M. (2024). *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Remaja Perokok Di Desa Sidorejo Kabupaten Penajam Paser Utara*. Journal Sosiologi, 2(4), 1–
- Widyatama, R. (2021). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book.
- World health Organization. (2021). *Perilaku Merokok*. Retrieved March 12, 2021, from WHO website: <https://www.kemkes.go.id/article/view/16011100002/perilaku-merokok-masyarakat-indonesia.html>