

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, rokok merupakan salah satu barang yang banyak dikonsumsi, terutama di kalangan mahasiswa dan pemuda. Rokok hadir dalam berbagai bentuk seperti rokok kretek, rokok putih, atau cerutu, dan diklasifikasikan sebagai produk tembakau yang mengandung nikotin dan tar sesuai dengan “Peraturan Menteri Kesehatan No. 28 Tahun 2013 tentang Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Tembakau”. Kegiatan merokok bisa ditemukan hampir setiap golongan usia dan gender, meskipun sampai saat ini kegiatan tersebut masih didominasi oleh kaum laki-laki (Azmi & Yusuf, 2024). Data dari Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 mencatat 70 juta perokok aktif di Indonesia, dimana 7,4% merupakan anak-anak dan remaja usia 10-18 tahun (Noorhafirah, 2024).

Dari sudut pandang pemerintah, industri rokok berperan signifikan dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Keuangan (2024), penerimaan cukai hasil tembakau pada tahun 2024 mencapai Rp216,9 triliun, yang merupakan bagian signifikan dari total penerimaan cukai sebesar Rp226,4 triliun. Penerimaan ini berkontribusi sekitar 10% terhadap penerimaan negara bukan pajak dan menjadi salah satu sumber pembiayaan utama APBN untuk mendukung program kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur (Kementerian Keuangan & Cukai, 2025). Selain kontribusi terhadap penerimaan negara, industri rokok juga memberikan dampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja. Data Kementerian Perindustrian (2023) menunjukkan bahwa industri hasil tembakau melibatkan lebih

dari 5,98 juta tenaga kerja, baik secara langsung di sektor manufaktur maupun tidak langsung di sektor hulu seperti pertanian tembakau dan cengkeh. Kontribusi ini sangat berarti bagi perekonomian daerah, khususnya di wilayah sentra produksi tembakau seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Nusa Tenggara Barat (Deny, 2023).

Pandangan Pemerintah terhadap Industri Rokok, meskipun industri hasil tembakau memiliki dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian serius, pemerintah Indonesia memandang sektor ini sebagai sektor strategis yang memberikan manfaat ekonomi signifikan. Oleh karena itu, pemerintah mengelola industri ini dengan kebijakan berlapis, termasuk pengaturan cukai, pembinaan petani tembakau, serta pengawasan distribusi rokok ilegal guna menjaga keberlanjutan manfaat ekonomi sekaligus mengendalikan konsumsi. Pemerintah juga memanfaatkan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBH-CHT) yang didistribusikan ke daerah untuk program-program pembinaan industri tembakau dan pengembangan sumber daya manusia di sektor ini (Faudzan, 2025).

Pasar rokok Indonesia didominasi oleh beberapa perusahaan besar yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2024 mencatat empat saham rokok, yaitu PT Gudang Garam Tbk, PT H.M Sampoerna Tbk, PT Indonesia Tobacco, dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk. (Alpha, 2024). Berdasarkan sumber dari CNBC Indonesia dari keempat perusahaan tersebut, PT Gudang Garam Tbk dan PT HM Sampoerna TBK menjadi market leader dengan kapitalisasi pasar mencapai Rp 86,10 triliun dan Rp 179,71 triliun (Tahir Saleh, 2022).

PT Gudang Garam Tbk sebagai salah satu produsen rokok terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1958 di Kota Kediri, Jawa Timur (PT Gudang Garam Tbk., 2025). PT Gudang Garam memproduksi berbagai jenis merek rokok yang dikenal luas, yaitu Gudang Garam Surya 12, Gudang Garam Surya 16, Gudang Garam Surya Pro, Gudang Garam Signature, Gudang Garam Merah, Gudang Garam Internasional, Gudang Garam Surta Exclusive, Gudang Garam Coklat, Gudang Garam Virginia, GG Mild, GG Shiver, GG Filter, Gudang Garam Magnum, Gudang Garam 76, Gudang Garam Patra, Gudang Garam Djaja, dan Sriwedari (PT Gudang Garam, 2023). Namun dalam dua tahun terakhir, PT Gudang Garam menghentikan pembelian tembakau dari Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah yang menjadi salah satu sentra produksi tembakau nasional. Penghentian tersebut disebabkan oleh penurunan angka penjualan yang dipicu oleh kenaikan harga jual akibat tingginya tarif cukai, serta meningkatnya peredaran rokok ilegal yang dijual dengan harga lebih murah di pasaran (Michelle Gabriela, 2025).

Kenaikan harga rokok sebagai dampak dari kebijakan pemerintah terkait tarif cukai hasil tembakau telah mendorong sebagian konsumen, termasuk kalangan mahasiswa, untuk beralih ke produk rokok yang lebih murah bahkan ilegal. Di tengah kondisi tersebut, PT Gudang Garam menghadapi berbagai tantangan bisnis, antara lain tingginya biaya produksi dan keterbatasan inovasi produk yang berdampak pada daya saing di pasar (Michelle Gabriela, 2025). Tantangan ini semakin kompleks seiring dengan perubahan preferensi konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa Yogyakarta, yang semakin sensitif terhadap aspek kualitas dan

harga dalam pengambilan keputusan pembelian (Agistryadi et al., 2023). Kebijakan kenaikan tarif cukai rokok terbukti memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumen, di mana sebagian mahasiswa berupaya menyesuaikan pengeluaran dengan beralih ke produk yang lebih terjangkau atau ilegal, sementara sebagian lainnya tetap memilih produk dengan kualitas yang lebih baik meskipun harus membayar lebih mahal (Noorhafirah, 2024). Situasi ini turut tercermin dalam laporan keuangan PT Gudang Garam yang menunjukkan penurunan laba dan perlambatan pertumbuhan bisnis akibat tekanan biaya produksi yang tinggi serta persaingan pasar yang semakin ketat (Michelle Gabriela, 2025).

Dalam menghadapi dinamika tersebut, produk yang ditawarkan PT Gudang Garam tetap menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Produk-produk ini dinilai mampu memenuhi kebutuhan segmen konsumen muda karena menawarkan kombinasi antara harga yang relatif terjangkau, kualitas yang memuaskan, serta desain kemasan yang sesuai dengan gaya hidup sosial mereka (Agistryadi et al., 2023). Mahasiswa, sebagai segmen konsumen yang memiliki karakteristik tersendiri, tidak hanya mempertimbangkan aspek harga semata, tetapi juga memperhatikan kualitas produk, termasuk cita rasa dan tampilan kemasan, dalam menentukan keputusan pembelian (Prasetyo & Sihaloho, 2020).

Menurut Muhtarom & Syahrizal (2019), keputusan pembelian rokok di kalangan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016), yang menyatakan bahwa pelanggan cenderung memilih produk yang menawarkan nilai terbaik, dimana

kualitas seperti merek, rasa, dan kemasan harus seimbang dengan harga yang terjangkau. Alfiani et al. (2024), juga menjelaskan bahwa membeli barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan merupakan cara lain untuk melihat keputusan pembelian. Evaluasi konsumen diubah menjadi keputusan pembelian melalui serangkaian langkah yang melibatkan pengenalan kebutuhan dan keinginan, pengumpulan informasi, penilaian alternatif, pengambilan keputusan, melibatkan pelanggan, dan pemantauan perilaku mereka setelah pembelian.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen yang cukup banyak mengonsumsi rokok (Rase et al., 2021). Dalam hal ini mengingat bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki penghasilan yang terbatas, harga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Azmi & Yusuf, (2024) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Ayu et al., (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas rokok memengaruhi pembelian rokok oleh mahasiswa, bahkan ketika harga dikendalikan. Sementara itu, penelitian Prasetyo & Sihaloho (2020), menunjukkan bahwa kenaikan harga rokok dapat menurunkan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa. Namun, tidak semua mahasiswa beralih ke rokok yang lebih murah, banyak yang tetap memilih rokok berkualitas tinggi meskipun harga lebih mahal.

Di sisi lain, perubahan preferensi konsumen muda, khususnya mahasiswa di Yogyakarta, menunjukkan meningkatnya kesadaran terhadap risiko kesehatan dari rokok konvensional serta dorongan untuk menjalani gaya hidup yang lebih selektif, yang pada akhirnya kualitas produk dan harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian (Hannan & Ardhani, 2024). Dalam penelitian

ini gaya hidup berperan sebagai variabel yang dapat memperkuat maupun memperlambat hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Akbar (2021), menambahkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup sosial yang tinggi cenderung menjadikan rokok bermerek sebagai bagian dari pencitraan diri dan simbol status dalam lingkungan pergaulan.

Kotler (2001), menyebutkan Gaya hidup mencerminkan cara seseorang menjalani hidupnya, termasuk dalam hal konsumsi. Gaya hidup dipengaruhi oleh aktivitas, minat dan opini individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Gaya hidup diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi V adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Selanjutnya menurut Wahyudi et al. (2023), pada mahasiswa gaya hidup tercermin dalam cara mereka memilih dan menggunakan produk termasuk rokok. Bagi sebagian mahasiswa dengan gaya hidup sosial tinggi, rokok bermerek bukan hanya dikonsumsi sebagai kebutuhan tetapi juga sebagai simbol status dan pencitraan diri dalam lingkungan pergaulan.

Mahasiswa yang sering melakukan aktivitas sosial seperti berkumpul atau bersosialisasi dengan teman cenderung lebih sering merokok dan membeli rokok. Aktivitas ini dapat memperkuat hubungan antara faktor eksternal pengaruh teman dengan perilaku merokok karena semakin aktif seseorang dalam lingkungan yang mendukung merokok semakin besar minat merokok (Asmidar et al., 2024). Pernyataan ini sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh Setiadi J, (2010), yang menegaskan bahwa gaya hidup merupakan cara individu menghabiskan waktu dan bentuk keyakinan serta pandangan terhadap lingkungan sosialnya. Qisti (2025),

menyebutkan bahwa gaya hidup mahasiswa yang gemar berkumpul sambil merokok, memiliki kebanggaan terhadap produk lokal serta menganggap rokok sebagai bagian dari identitas sosial dapat memperkuat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Pendapat lain oleh Azmi & Yusuf (2022), yang menyatakan bahwa konsumen tetap memilih untuk membeli rokok Gudang Garam Surya sebagai produk lokal meskipun harganya relatif lebih mahal dibandingkan produk rokok lainnya.

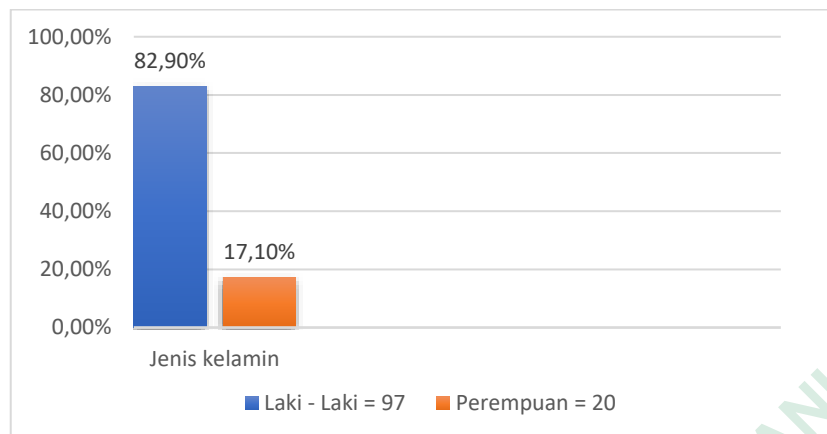
Perilaku merokok di Indonesia masih menjadi salah satu isu kesehatan masyarakat yang serius. Indonesia termasuk negara dengan jumlah perokok tertinggi di dunia dan prevalensi merokok di kalangan usia produktif cenderung terus meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi rokok di Yogyakarta saja mencapai rata-rata 54.061 batang per minggu. Angka tersebut menunjukkan bahwa perilaku merokok telah mengakar kuat di berbagai lapisan masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa yang merupakan bagian dari kelompok produktif. Tingginya tingkat konsumsi ini tidak hanya berimplikasi pada kesehatan masyarakat, tetapi juga memengaruhi pola pengeluaran dan gaya hidup generasi muda.

PT Gudang Garam menargetkan berbagai segmen pasar, termasuk mahasiswa di kota besar seperti Yogyakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta, Jumlah mahasiswa di Yogyakarta mencapai 410.789 orang pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik Yogyakarta, 2025). Jumlah yang besar ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi industri rokok, termasuk produk Gudang Garam Surya, dalam memenuhi kebutuhan segmen konsumen muda yang cukup

signifikan (A'yuni & Nasrullah, 2021). Selain itu mahasiswa menjadi segmen yang menarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena mahasiswa cenderung mempertimbangkan kualitas produk dan harga sebelum membeli (Timang et al., 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen rokok, termasuk di kalangan mahasiswa. Haddad & Ernawati (2021) menemukan bahwa kualitas produk dan harga merupakan dua dari banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli rokok Sampoerna A Mild. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Agistryadi et al., (2023) yang menunjukkan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, Nurul Azmi, (2024) serta Ayu et al., (2024) menegaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa meskipun harga dikendalikan. Sementara itu, Prasetyo & Sihalo, (2020) menyatakan bahwa kenaikan harga rokok dapat menurunkan keputusan pembelian rokok di kalangan mahasiswa, namun tidak semua mahasiswa beralih ke produk murah, melainkan sebagian tetap memilih rokok bermerek kualitas tinggi.

Sebagai gambaran awal mengenai preferensi pemilihan merek rokok di kalangan mahasiswa, peneliti melakukan pra survei pendahuluan terhadap 117 mahasiswa di wilayah Yogyakarta. Pra survei ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan merek rokok yang dipilih. Adapun hasil dari pra survei ini disampaikan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.1 yang melibatkan 117 responden mahasiswa Yogyakarta, yang mana sebagian besar responden adalah laki – laki. Responden laki-laki sebanyak 97 atau 82,90 % dan perempuan sebanyak 20 atau 17,10%. Selanjutnya, pra survei juga dilakukan untuk mengidentifikasi preferensi merek rokok yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa di Yogyakarta, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei

Jenis Rokok	Jumlah	Persentase
Gudang Garam Surya	91	77,8%
Sampoerna A Mild	23	19,7%
Djarum Super	2	1,7%
Wismilak	1	0,9%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan data hasil pra-survei pada Tabel 1.1 yang melibatkan 117 responden mahasiswa di Yogyakarta, diketahui bahwa sebagian besar responden memilih merek rokok Gudang Garam Surya sebanyak 77,8% (91). Diikuti oleh merek rokok Sampoerna A Mild sebanyak 19,7% (23), Djarum Super 1,7% (2) dan Wismilak 0,9% (1). Temuan ini kemudian diperkuat melalui pra survei yang dilakukan melalui wawancara informal dengan tiga mahasiswa yang merupakan

perokok aktif di salah satu kampus di Yogyakarta. Salah satu informan, mahasiswa semester lima dari jurusan teknik menyatakan bahwa memilih rokok Gudang Garam Surya karena kesannya maskulin, berani, dan berbeda dari rokok anak muda kebanyakan. Informan lain menambahkan bahwa merek Gudang Garam Surya sudah menjadi pilihannya sejak pertama kali mengenal rokok, dan dianggap memiliki kualitas produk yang baik. Selain itu, para informan juga menjelaskan bahwa meskipun harga Gudang Garam Surya tergolong lebih mahal dibanding merek lain, mereka tetap memilihnya karena merasa produk tersebut sesuai dengan gaya hidup serta kualitas yang ditawarkan.

Pemilihan Gudang Garam Surya sebagai objek penelitian didasari oleh fenomena menarik terkait ketidaksesuaian antara kondisi finansial perusahaan dan preferensi konsumen di lapangan. Di satu sisi, data laporan keuangan menunjukkan bahwa laba Gudang Garam mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir, salah satunya disebabkan oleh kenaikan tarif cukai, peningkatan biaya operasional, serta perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih ke produk dengan harga lebih terjangkau (Setiawati, 2025). Namun, hasil pra-survei menunjukkan bahwa rokok merek Gudang Garam masih cukup banyak dikonsumsi oleh masyarakat, menunjukkan adanya alasan konsumen untuk tetap memilih produk ini meskipun terjadi kenaikan harga.

Temuan ini sesuai dengan penelitian Febrima et al. (2024), yang menunjukkan bahwa preferensi pembelian rokok tidak hanya dipengaruhi oleh faktor seperti harga, kualitas, iklan dan budaya, tetapi juga oleh faktor psikologi salah satunya gaya hidup. Menurut Achmadi et al., (2022), gaya hidup pada

pembeli dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian. Pendapat ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Purnomo (2024), dimana dalam pemilihan pembelian rokok yang di konsumsi, pasti terdapat pertimbangan yang dipikirkan oleh konsumen sehingga keputusan pembelian dapat terjadi. Proses keputusan pembelian pada dasarnya sama bagi setiap orang, namun dipengaruhi oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup (Kotler dan Keller, 2016).

Peran gaya hidup sebagai variabel moderasi juga diperkuat oleh temuan penelitian sebelumnya. Hannan & Ardhani (2024), menunjukkan bahwa gaya hidup mampu memoderasi hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game *Mobile Legends*. Sementara itu Afia et al. (2025), menemukan bahwa gaya hidup mampu memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *iPhone* pada Generasi Z. Meskipun kedua penelitian tersebut tidak secara khusus membahas produk rokok, keduanya memberikan dasar bahwa gaya hidup dapat membentuk perilaku konsumsi generasi muda terhadap produk-produk yang memiliki nilai simbolik, prestise, atau citra diri.

Gaya hidup merupakan salah satu variabel psikografis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian (Sahara et al., 2023). Dua bentuk gaya hidup yang sering dikaji dalam perilaku konsumen adalah gaya hidup hedonisme dan gaya hidup hemat. Konsumen dengan gaya hidup hedonis cenderung menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk memperoleh kepuasan pribadi, kesenangan, dan peningkatan status sosial. Dalam konteks ini, harga produk bukanlah faktor utama yang dipertimbangkan, selama

kualitas produk mampu memenuhi ekspektasi kesenangan atau prestise yang diinginkan (Nevianda, 2022). Oleh karena itu, kualitas produk menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan pembelian bagi individu dengan gaya hidup hedonis, dan mereka bersedia membayar lebih mahal demi mendapatkan produk yang dianggap bernilai tinggi secara simbolik maupun fungsional.

Sebaliknya, gaya hidup hemat mengarah pada perilaku konsumsi yang rasional dan efisien. Konsumen dengan orientasi hemat cenderung lebih sensitif terhadap harga, serta lebih mempertimbangkan aspek fungsional dibandingkan aspek simbolik atau emosional dari suatu produk. Dalam kelompok ini, keputusan pembelian lebih ditentukan oleh kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dasar dengan harga yang terjangkau, bahkan jika hal tersebut berarti mengorbankan kualitas tertentu (Anggita et al., 2023). Artinya, gaya hidup hemat memperkuat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, tetapi memperlemah pengaruh kualitas, karena orientasi utamanya adalah pengeluaran seminimal mungkin.

Dengan demikian, gaya hidup dapat bertindak sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Konsumen dengan gaya hidup hedonis cenderung memperkuat pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian namun memperlemah pengaruh harga. Sebaliknya, konsumen dengan gaya hidup hemat cenderung memperkuat pengaruh harga, namun melemahkan pengaruh kualitas dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana gaya hidup berperan dalam memoderasi pengaruh

harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok, khususnya pada segmen mahasiswa di Yogyakarta yang memiliki karakteristik gaya hidup hedonisme. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami dinamika perilaku konsumen rokok di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Haddad dan Ernawati, (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Magdalena & Diva, (2023) juga mengungkapkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun demikian, objek dan subjek penelitian dalam studi ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Studi terdahulu menggunakan objek rokok Sampoerna A Mild di Kota Bima, sedangkan penelitian ini menggunakan objek rokok Gudang Garam Surya dengan subjek penelitian mahasiswa di wilayah Yogyakarta.

Selain perbedaan objek dan subjek penelitian, terdapat pula perbedaan hasil temuan dalam beberapa studi. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Azmi & Yusuf, (2024) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil temuan ini menunjukkan bahwa terdapat dinamika

dalam keputusan pembelian yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan hanya dengan variabel harga.

Melihat kondisi tersebut, penting untuk mempertimbangkan kemungkinan adanya variabel lain yang turut memengaruhi atau memperkuat hubungan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menambahkan satu faktor yang berpotensi menjadi variabel moderasi dalam hubungan tersebut, yaitu gaya hidup. Penelitian sebelumnya oleh Hannan & Ardhani (2024), menunjukkan bahwa gaya hidup mampu memoderasi hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game *Mobile Legends*, di mana gaya hidup mencerminkan nilai-nilai, aktivitas, minat, dan opini individu yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Hannan & Ardhani, 2024).

Meskipun penelitian Hannan & Ardhani (2024) tidak membahas produk rokok secara spesifik, temuan ini memberikan dasar bahwa gaya hidup dapat membentuk perilaku konsumsi generasi muda terhadap produk-produk yang memiliki nilai simbolik dan citra diri seperti item virtual dalam permainan *Mobile Legends*. Pada penelitian tersebut, gaya hidup terbukti mampu memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa faktor internal konsumen dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel eksternal seperti harga. Hal ini menjadi relevan dengan produk rokok, seperti pendapat oleh Febrima et al. (2024), yang menyebutkan produk rokok tidak hanya dikonsumsi karena kebutuhan fungsional tetapi juga sering diasosiasikan dengan identitas dan gaya hidup tertentu terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sebagai segmen konsumen memiliki karakteristik gaya hidup hedonisme dan gaya

hidup hemat, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap harga dan kualitas suatu produk.

Namun, terdapat perbedaan karakteristik antara objek penelitian Hannan & Ardhani (2024) dengan penelitian ini. Produk virtual seperti item dalam *game* memiliki nilai simbolik yang kuat dan sering diasosiasikan dengan status atau eksistensi dalam komunitas digital, sedangkan rokok Gudang Garam Surya lebih bersifat konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji kembali apakah gaya hidup tetap berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, khususnya dalam konteks produk rokok di kalangan mahasiswa di wilayah Yogyakarta.

Sehingga dengan latar belakang dan aspek masalah diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta?
3. Apakah gaya hidup memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta?
4. Apakah gaya hidup memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui peran gaya hidup dalam memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui peran gaya hidup dalam memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya pada mahasiswa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperluas pengetahuan yang secara konseptual dibahas dalam konteks perkuliahan dan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam serta wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, terutama yang terkait dengan kualitas produk dan harga.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi berharga bagi produsen rokok, pemerintah, dan peneliti dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian rokok Gudang Garam Surya di kalangan mahasiswa Yogyakarta, sehingga dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran, kebijakan publik, dan penelitian lanjutan yang lebih efektif. Berikut ini merupakan manfaat praktis penelitian:

a. Bagi PT Gudang Garam Tbk

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih detail mengenai perilaku konsumen rokok di kalangan mahasiswa, khususnya pada produk Gudang Garam Surya. Informasi ini dapat sangat berguna bagi produsen dan pemasar rokok dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti penyesuaian kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif, dan kampanye promosi yang sesuai dengan gaya hidup konsumen target.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini mampu memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan pengendalian konsumsi rokok yang mempertimbangkan faktor-faktor pendorong keputusan pembelian di kelompok usia produktif. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam penetapan tarif cukai, pengawasan distribusi rokok ilegal, serta pengembangan program edukasi publik dan diversifikasi ekonomi bagi petani tembakau.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa dalam konteks perilaku konsumen, khususnya di industri hasil tembakau. Hasil penelitian ini juga dapat membantu mengidentifikasi celah penelitian yang belum terjawab, sehingga mendorong penelitian lebih lanjut dengan penambahan variabel, perluasan wilayah kajian, atau penggunaan metode analisis yang berbeda.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penulis menetapkan batasan cakupan penelitian agar lebih terfokus yaitu :

1. Fokus penelitian dikalangan mahasiswa Yogyakarta yang membeli rokok Gudang Garam Surya.
2. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang mengkonsumsi rokok Gudang Garam Surya.
3. Keputusan untuk membeli rokok Gudang Garam Surya merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan harga dan kualitas produk merupakan variabel independennya.
4. Gaya hidup dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel mediasi yang berperan menjembatani hubungan antara variabel independen yaitu harga dan kualitas produk dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian.