

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel dari populasi menggunakan metode kuantitatif. Pernyataan yang mengemukakan hipotesis mengenai hubungan sebab-akibat antara variabel dikenal sebagai penelitian eksplanatori (Haddad & Ernawati, 2021). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswa Yogyakarta sebagai responden yang memberikan data terkait perilaku pembelian dan konsumsi rokok. Penelitian ini menggunakan metode purposif sampling digunakan untuk memilih sampel dari konsumen rokok Gudang Garam Surya. Penelitian ini melibatkan empat variabel yaitu kualitas produk sebagai variabel (X1), harga sebagai variabel (X2), keputusan pembelian sebagai variabel (Y), serta gaya hidup sebagai variabel moderasi (Z). Peneliti percaya bahwa pendekatan kuantitatif dapat menjelaskan bagaimana kualitas produk dan harga serta gaya hidup mempengaruhi mahasiswa untuk keputusan pembelian rokok Gudang Garam Surya di Yogyakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur ilmiah, jurnal penelitian terdahulu, laporan Badan Pusat Statistik (BPS), serta dokumen-dokumen relevan lainnya yang mendukung latar belakang dan landasan teori dalam penelitian ini. Dengan

menggunakan pendekatan kuantitatif ini, peneliti berharap dapat menjelaskan secara objektif pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, serta peran gaya hidup dalam memoderasi hubungan tersebut pada mahasiswa di Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan fokus pada mahasiswa yang membeli dan mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya. Penelitian ini menggunakan dimensi waktu *cross sectional*, di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu saja, bukan secara berulang-ulang. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswa Yogyakarta sebagai responden yang memberikan data terkait perilaku pembelian dan konsumsi rokok.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Timeline Skripsi

Yogyakarta.	Jenis kegiatan	Bulan					
		Februari	Yogyakarta	April	Mei	Juni	Juli
1.	Pengajuan Judul	■					
2.	Perancangan Bab I	■	■				
3.	Perancangan Bab II	■	■				
4.	Perancangan Bab III		■	■	■		
5.	Seminar proposal penelitian					■	
6.	Penelitian					■	
7.	Perancangan Bab IV						■

8.	Perancangan Bab V						
9.	Seminar hasil						

Sumber : Data Diolah, 2025

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini memasukan variabel independen dan dependen. X1 dan X2 adalah variabel independen, Y adalah variabel dependen serta Z sebagai variabel moderasi. Definisi operasional dan indikasi masing-masing variabel tercantum di bawah ini.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X1) (Wahono & Basalamah, 2023) produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja maupun fitur inovatif yang terbaik akan disukai konsumen. Konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya penciptaan produk superior dan penyempurnaan kualitasnya.	1. Kesesuaian produk 2. Ketahanan 3. cita rasa	Likert 1-5
Harga (X2) (Kotler & Keller, 2016) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan manfaat. 3. Keselarasan harga dan kualitas produk. 4. Daya saing harga atau konsistensi harga dengan keterjangkauan.	
Gaya Hidup (Z) (Kotler, 2012) bahwa gaya hidup dapat dipahami sebagai cara hidup dilihat dalam aktivitas, minat, dan opininya	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini	
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2016) keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih dan membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Memilih penyalur 4. Harga yang digunakan dalam pembelian produk 5. Waktu pembelian 6. Cara pembayaran	

memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.		
--	--	--

D. Populasi dan Sampel

Peneliti memilih produk atau individu dengan karakteristik tertentu untuk diteliti dan menarik kesimpulan darinya, menurut Sugiyono (2013), yang mendefinisikan populasi sebagai kategori untuk generalisasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi ini memiliki karakteristik konsumen mahasiswa yang membeli dan mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Sampel diambil karena populasi biasanya terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan, sehingga sampel menjadi wakil kecil yang bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel menggunakan metode purposif sampling dengan kategori mahasiswa aktif yang pernah membeli dan mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya yang berdomisili Yogyakarta. Diketahui populasi mahasiswa Yogyakarta berdasarkan Badan Pusat Statistik Yogyakarta (BPS) sebanyak 410.789, pengukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{410.789}{1 + 410.789 \cdot 0,05^2}$$

$$n = \frac{410.789}{1 + 10.270}$$

$$n = \frac{410.789}{10.271}$$

$$n = 399,65$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan (0,05)

Dengan demikian, 399,65 responden dibulatkan menjadi 400 responden akan menjadi ukuran sampel yang diperlukan untuk penelitian ini. Mengingat ukuran populasi target dan kemungkinan variasi, penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Forms kepada responden. Peneliti mengumpulkan informasi dengan memberikan kuesioner kepada responden mengenai topik penelitian. Mahasiswa yang mengkonsumsi rokok Gudang Garam Surya akan menerima dan mengisi kuesioner dari peneliti. Kuesioner yang disebarkan menjadi 2 bagian yaitu bagian pertama mengenai identitas responden yang mencakup nama, jenis kelamin, usia, asal universitas, pendapatan serta bagian kedua mengenai pertanyaan variabel penelitian. Kuesioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan untuk mengukur tanggapan responden terhadap variabel penelitian berikut : Kualitas produk, harga, gaya hidup dan keputusan pembelian. Responden akan memilih jawaban yang paling akurat mencerminkan pikiran dan emosi responden.

Skala Likert digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono, (2013) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur bagaimana orang merasa, berpikir, dan memandang peristiwa sosial. Hasil untuk pernyataan dalam survei yang diukur menggunakan skala likert adalah sebagai berikut :

Tingkat persetujuan skala likert :

Tabel 3. 3 Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu tahapan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengolah data secara sistematis, baik yang diperoleh melalui observasi lapangan, survei, maupun dokumentasi. Proses ini mencakup pengelompokan data ke dalam kategori tertentu, penguraian ke dalam unit-unit analisis, penyusunan pola-pola hubungan, pemilahan informasi yang relevan, hingga penarikan kesimpulan yang dapat dipahami dan dimaknai oleh peneliti serta pihak lainnya (Sugiyono, 2017).

Data dianalisis menggunakan metode PLS (*Partial Least Squares*) yang dibantu oleh software SmartPLS versi 4. PLS digunakan untuk menyelesaikan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) karena lebih efisien dibanding metode SEM lainnya. Selain itu, SEM juga fleksibel dan dapat menggabungkan

teori dan data secara lebih mudah. Penggunaan PLS dalam penelitian ini karena terdapat variabel moderasi (Hannan & Ardhani, 2024).

Analisis data yang digunakan peneliti sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data yang telah dikumpulkan dari subjek penelitian (Sugiyono, 2017). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah menjadi informasi yang lebih ringkas dan mudah guna mengidentifikasi permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta respon mereka terhadap item-item dalam kuesioner yang berkaitan dengan keputusan pembelian produk rokok Gudang Garam Surya. Karakteristik responden disusun berdasarkan data demografis yang meliputi jenis kelamin, rentan usia, mahasiswa Yogyakarta, asal universitas, serta pembelian rokok Gudang Garam Surya dengan tujuan untuk mengetahui pola kecenderungan jawaban pada masing-masing indikator yang diteliti.

2. Outer Model

Outer model adalah bagian dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menggambarkan hubungan antara variabel laten (konstruk) dengan indikator-indikatornya

a. Uji Validitas konstruk

1). Uji validitas konvergen

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator-indikator yang seharusnya saling berkorelasi benar-benar menunjukkan korelasi tinggi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* setiap indikator terhadap konstruknya. Nilai *loading factor* di atas 0,7 dianggap sangat baik, namun nilai antara 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima dalam penelitian eksploratori. Validitas konvergen juga dinilai dari nilai AVE yang harus di atas 0,5 (Hair, 2021).

2). Uji validitas Diskriminan

Validitas diskriminan ini bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai loading indikator pada konstruk yang diukur lebih tinggi, maka validitas diskriminan terpenuhi. Selain itu, nilai *cross loading* dari setiap item pernyataan variabel dapat dimanfaatkan sebagai instrumen dalam pengujian diskriminan (Hair, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi suatu instrumen dalam mengukur konstruk yang sama. Instrumen dikatakan reliabel jika hasil pengukuran konsisten saat dilakukan pengulangan. Uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan *Cronbach's Alpha* (nilai di atas 0,6 atau 0,7 dianggap reliabel) dan *Composite Reliability* (nilai di atas 0,7 menunjukkan reliabilitas yang baik) (Hair, 2021).

3. *Inner Model*

Inner model adalah bagian dari SEM yang menggambarkan hubungan antar variabel laten, baik hubungan sebab-akibat maupun pengaruh langsung atau tidak langsung.

a. *R-Square Adjusted*

R-Square (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel laten endogen dapat dijelaskan oleh variabel laten eksogen dalam model. Nilai *R-square* dapat dinilai dengan tiga kategori: (1) jika nilainya 0,75 atau lebih, maka model dianggap kuat; (2) jika berada antara 0,50 sampai 0,74, maka model termasuk sedang; dan (3) jika berada antara 0,25 sampai 0,49, maka model dianggap lemah atau kurang baik (Hair, 2021).

b. Uji Model Fit

Pengujian model fit digunakan untuk mengetahui sejauh mana model yang dibangun sesuai dengan data. Model fit yang digunakan adalah *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai SRMR yang kurang dari 0,08 menunjukkan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. (Hair, 2021).

4. Uji Hipotesis

a. Uji hipotesis langsung (*Direct Effect*)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh langsung (*direct effect*) antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika tingkat signifikansi (nilai p-value) $< 0,05$. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi (nilai p-value) $>$ dari 0,05, maka hipotesis tidak signifikan (Ghozali, et.al, 2015).

b. Pengujian moderasi

Uji moderasi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen (Hair, 2021). Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan pembelian dengan

mempertimbangkan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah keberadaan gaya hidup dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam model. Proses analisis dilakukan dengan metode bootstrapping yang didapat dari *path coefficient* menggunakan software SmartPLS khususnya pada bagian interaksi antara variabel eksogen dan endogen. Jika nilai p-value $< 0,05$ dan t-statistic $> 1,96$ maka pengaruh moderasi dianggap signifikan (Hair, 2021).

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YAN
YOGYAKARTA