

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, serta peran gaya hidup sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Penelitian dilakukan pada mahasiswa di Yogyakarta yang pernah membeli dan mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai nilai t-hitung sebesar 4,506 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas rokok yang dirasakan, seperti rasa, kemasan, dan daya tahan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian oleh mahasiswa. Kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam memilih merek rokok.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel harga juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai nilai t-hitung sebesar 3,330 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Meskipun tidak sekuat pengaruh kualitas produk, harga tetap menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama

bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan daya beli. Harga yang terjangkau akan mendorong minat membeli rokok.

3. Gaya hidup memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif dan signifikan.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki efek moderasi negatif dan signifikan terhadap hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian, dengan nilai koefisien interaksi sebesar $-0,101$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Mahasiswa dengan gaya hidup tertentu (seperti hedonisme, simbolisme sosial, atau gaya hidup konsumtif) cenderung tidak terlalu memperhatikan aspek kualitas produk dalam membuat keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup dapat melemahkan pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian.

4. Gaya hidup memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif dan signifikan.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa gaya hidup juga terbukti memoderasi hubungan antara harga dan keputusan pembelian secara negatif dan signifikan, dengan koefisien interaksi $-0,076$ dan nilai signifikansi $0,023 < 0,05$. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif atau simbolik cenderung mengabaikan pertimbangan harga dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan kata lain, gaya hidup tertentu dapat melemahkan pentingnya harga dalam proses pembelian.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan (PT Gudang Garam Tbk)

Berdasarkan tanggapan responden bahwa harga, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian mendapatkan penilaian yang positif. Meskipun demikian, terdapat beberapa indikator dengan nilai mean terendah pada masing-masing variabel yang dapat menjadi fokus perbaikan perusahaan. Pada variabel kualitas produk, indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada pernyataan bahwa responden tidak merasa bosan mengonsumsi rokok Gudang Garam Surya karena tersedia dalam beberapa varian rasa (mean = 4,20). Walaupun penilaian ini masih positif, hal tersebut mengindikasikan bahwa variasi rasa yang ada belum sepenuhnya mencegah kejenuhan. Perusahaan disarankan untuk melakukan inovasi varian rasa baru, meluncurkan edisi terbatas, atau menghadirkan kemasan khusus yang menarik untuk memberikan pengalaman konsumsi yang lebih variatif dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Pada variabel harga, indikator dengan nilai mean terendah adalah pernyataan bahwa harga rokok Gudang Garam Surya dapat bersaing dengan produk lain (mean = 4,36). Hal ini mengisyaratkan bahwa sebagian konsumen menilai harga produk belum sepenuhnya kompetitif. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi berkala terhadap strategi penetapan harga, dengan mempertimbangkan harga pesaing dan daya beli konsumen, khususnya di segmen mahasiswa yang lebih sensitif terhadap harga.

Pada variabel gaya hidup, nilai mean terendah diperoleh pada pernyataan bahwa merokok Gudang Garam Surya membuat konsumen merasa lebih percaya diri dan berkelas (mean = 4,11). Citra tersebut dapat diperkuat melalui strategi

branding yang menonjolkan kesan premium dan eksklusif, seperti melalui kampanye iklan kreatif, sponsorship acara musik, serta kolaborasi dengan figur publik yang memiliki citra sesuai dengan target pasar.

Pada variabel keputusan pembelian, indikator dengan nilai mean terendah adalah pernyataan bahwa konsumen memutuskan membeli rokok Gudang Garam Surya setelah membandingkan dengan merek lain (mean = 4,26). Kondisi ini menunjukkan bahwa proses pertimbangan konsumen masih memberikan peluang bagi merek pesaing untuk masuk ke dalam pilihan mereka. Untuk mengatasinya, perusahaan dapat memperkuat diferensiasi produk melalui keunggulan rasa, aroma, dan kemasan yang lebih menarik, sehingga konsumen lebih cepat memutuskan untuk membeli tanpa ragu setelah melakukan perbandingan.

Dengan memperhatikan hasil analisis mean tersebut, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, mempertahankan pangsa pasar, serta memperkuat posisi merek di tengah persaingan industri rokok yang semakin kompetitif.

2. Bagi Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, tingginya angka keputusan pembelian rokok di masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa, memerlukan perhatian serius dari pemerintah. Pemerintah disarankan untuk memperkuat kampanye edukasi publik mengenai risiko kesehatan akibat rokok, khususnya pada kelompok usia produktif dan remaja. Pemerintah juga perlu menyediakan fasilitas khusus bagi perokok, seperti area merokok yang terpisah dan memiliki

sistem ventilasi memadai, guna meminimalkan paparan asap rokok terhadap non-perokok sekaligus mengakomodasi hak konsumsi bagi masyarakat yang memilih untuk merokok. Penyediaan fasilitas ini juga dapat memberikan dampak positif, seperti menciptakan ketertiban di ruang publik, mengurangi konflik antara perokok dan non-perokok, serta mendukung pengawasan dan pengendalian konsumsi rokok secara lebih terarah. Selain itu, pemerintah juga bisa memilih opsi untuk menaikkan cukai rokok secara bertahap untuk mengendalikan tingkat konsumsi, mendorong perokok mengurangi kebiasaan merokok, serta meningkatkan penerimaan negara yang dapat dialokasikan untuk pembiayaan program kesehatan masyarakat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan dapat menambahkan variabel lain seperti citra merek dan cita rasa untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pembelian rokok. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah ke berbagai daerah di Indonesia, baik perkotaan maupun pedesaan, serta melibatkan responden dengan latar belakang usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan yang beragam untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih representatif.