



DOI : <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5963>

PENGARUH LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY* GRAB FOOD TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG TINGGAL DI KOS

**Ronaria Elisabeth Buaton¹, Anak Agung Istri Istadewanti², Ariftra Rahmawati³,
Ayat Tulloh Rahulloh Khomeini⁴, Nur Aini Rakhmawati⁵**

Institut Teknologi Sepuluh Nopember; Surabaya, Indonesia

Email: nur.aini@is.its.ac.id⁵

Masuk 03 Oktober 2023, Terbit 23 Desember 2023

Abstract

The use of Grab Food has become widespread, including among university students. This research aims to investigate the relevance of Grab Food's services to the consumptive behavior of students living in boarding houses. The research sample consisted of 70 students who had been using Grab Food for a minimum of 6 months and were residing in boarding houses. Data analysis was conducted using quantitative descriptive and Product Moment Correlation methods. Based on the research findings, it was observed that the majority of students using Grab Food were around 20 years old, with monthly allowances ranging from Rp1.100.000 to Rp2.000.000. The average frequency of food purchases through Grab Food was three times a week. Through test soft linearity and Product Moment Correlation, it was determined that students living in boarding houses had a moderately significant relationship between their use of Grab Food services and their consumptive behavior. A substantial departure from linearity value of 0.131 was found from the linearity test, indicating a significant linear link between consumer behavior and the habit of utilizing Grab Food services. Where as from the Product Moment Correlation test, a correlation value (r) of 0.641 was obtained, which shows that the level of relationship between the use of Grab Food services and students' consumptive behavior is at a medium level.

Keywords: *Grab Food, Students, Consumptive Behavior*

Pendahuluan

Teknologi terus mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan ini tentu membawa dampak pada kehidupan sehari-hari, tak terkecuali dalam cara berbelanja dan berbisnis. Salah satu perubahan paling signifikan dalam dunia perdagangan adalah munculnya *e-commerce* atau perdagangan elektronik.

Munculnya *e-commerce* telah memberikan kemudahan dalam berbelanja dan bertransaksi secara daring. Hal ini memungkinkan konsumen untuk tidak lagi harus berbelanja di toko fisik. Seiring berjalannya waktu, sektor *e-commerce* semakin berkembang pesat dan menciptakan persaingan yang sengit. Penyebab menjamurnya

e-commerce salah satunya adalah penggunaan *smartphone* serta internet yang terus bertambah (Pramestaetal.,2022). Agar tetap bertahan, sebuah perusahaan mestinya memiliki kemampuan menghasilkan produk atau layanan yang bisa menyaingi produk unggulan dari pesaingnya (Divanyetal.,2023).

Sejumlah *e-commerce* telah memperkenalkan inovasi baru dengan menawarkan fitur khusus untuk layanan pesan antar makanan secara daring. Salah satu contohnya adalah Grab, yang dikenal dengan layanan Grab Food. Mengingat persaingan yang ketat di industry ini, Grab perlu terus berinovasi dan memberikan keunggulan tambahan, terutama dalam hal pelayanan.

Berdasarkan data yang dirilis Momentum Works pada Tahun 2021, layanan Grab Food memiliki pangsa pasar sebesar 49% di Indonesia dan merupakan *platform* layanan *online food delivery* dengan pangsa pasar yang paling besar dibandingkan pesaingnya. Konsumen layanan Grab Food berasal dari berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Banyak mahasiswa, terutama yang menetap di kos, menggunakan layanan Grab Food untuk membeli makanan sehari-hari.

Kehadiran layanan *online food delivery* seperti Grab Food yang semakin lengkap dan canggih dapat member akibat positif maupun negative bagi mahasiswa. Keunggulan dari melakukan konsumsi pada *e-commerce* adalah memudahkan konsumen dalam memperoleh konsumsi serta menghemat tenaga dan waktu. Namun, disisi lain, kemudahan dalam mendapatkan konsumsi ini berpotensi menimbulkan sifat konsumtif yang berujung pada mengeluarkan uang lebih atau boros dan jumlah konsumsi yang meningkat (Hidayatietal.,2020)

Terdapat penelitian terdahulu oleh Nurhayati et al. (2021) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif pada layanan serupa, yaitu GoFood, dengan gaya hidup mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Selain itu, terdapat penelitian lain oleh Purnomosidietal.(2022) yang membahas terkait perilaku konsumtif anak kos pada mahasiswa Universitas Sahid Surakarta yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja dapat disebabkan oleh beberapa aspek, seperti aspek media massa, aspek lingkungan sekitar serta keinginan dari dalam diri sendiri. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Kemudian, Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan oleh Pratiwi dan Arisena (2023) juga menyatakan bahwa terdapat hasil yang cukup signifikan antara perilaku konsumtif terhadap mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dengan aplikasi ojek online, dimana aplikasi ojek online yang sering digunakan adalah Go-Food dengan frekuensi belanja satu minggu sekali.

Berlandaskan penelitian terdahulu, penulis bermaksud melakukan penelitian serupa, tetapi dengan responden serta layanan yang berbeda, yaitu Grab Food. Metode yang digunakan dalam penelitian ini akan mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi dan Arisena (2023). Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui relevansi lebih lanjut antara penggunaan layanan pesan antar makanan Grab Food dengan perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggal di kos. Manfaat yang bisa didapatkan melalui penelitian ini diantaranya adalah member wawasan yang dapat digunakan oleh pihak Grab sebagai pertimbangan dalam hal fitur, promosi, maupun strategi bisnis, terutama terkait layanan Grab Food.

Metode Penelitian Kerangka kerja



Gambar1. Kerangka Kerja

- a. **Identifikasi Masalah**
Penelitian diawali dengan pengidentifikasian masalah. Fokus dari penelitian ini adalah untuk menelaah permasalahan mengenai bagaimana pengaruh layanan *online delivery* Grab Food terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggal dikost.
- b. **Studi Literatur**
Studi literature dilakukan untuk mencari dasar dalam penyusunan landasan teori dan kerangka berpikir. Dengan studi literatur, peneliti dapat memiliki pendalaman yang lebih luas terhadap masalah yang akan diteliti.
- c. **Pengumpulan Data**
Pengumpulan data dilakukan dengan membuat daftar persoalan mengenai permasalahan yang diteliti dalam bentuk kuesioner Google Form dan menyebarkan kuesioner kepada calon responden. Adapun criteria responden penelitian adalah mahasiswa aktif yang berpenghuni di kost dan menggunakan layanan Grab Food dalam waktu 6 bulan terakhir. Opsi jawaban pertanyaan dibuat dalam bentuk skala *likert* lima poin. Alternatif jawaban yaitu; (1) STS untuk jawaban sangat tidak setuju, (2) TS untuk jawaban tidak setuju, (3) KS untuk jawaban kurang setuju (4) S untuk jawaban setuju (5) SS untuk jawaban sangat setuju.
- d. **Tabulasi dan analisis deskriptif kuantitatif**
Data hasil kuesioner ditabulasi dengan bantuan program Microsoft Excel dengan melihat nilai rata-rata (*mean*) setiap indikator. Selanjutnya dilakukan analisis secara deskriptif pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa dan variabel penggunaan layanan Grab Food. Nilai rata-rata tiap indicator diklasifikasikan menggunakan criteria penilaian yang berpedoman pada penelitian sebelumnya oleh Pratiwi dan Arisena (2023).

Tabel 1. Kriteria Penilaian Variabel Perilaku Konsumtif

No	Kriteria	Rentang Nilai
1	Sangat Konsumtif	4,2 –< 5,0
2	Konsumtif	3,4 –< 4,2
3	Cukup Konsumtif	2,6 –< 3,4
4	Tidak Konsumtif	1,8 –< 2,6
5	Sangat Tidak Konsumtif	1,0 –< 1,8

Tabel 2. Kriteria Penilaian Variabel Penggunaan Layanan Grab Food

No	Kriteria	Rentang Nilai
1	Sangat Terbiasa	4,2 –< 5,0
2	Terbiasa	3,4 –< 4,2
3	Cukup Terbiasa	2,6 –< 3,4
4	Tidak Terbiasa	1,8 –< 2,6
5	Sangat Tidak Terbiasa	1,0 –< 1,8

- e. Uji Validitas
Konsep ini memiliki tujuan sebagai teori pengukuran data yang didapatkan merupakan data yang valid dengan mengukur nilai signifikansi pertanyaan (indikator). Indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,050 (Priyatno,2016). Uji ini dilakukan terhadap kedua variabel, yaitu variabel perilaku konsumtif mahasiswa dan variabel penggunaan layanan Grab Food.
- f. Uji Reliabilitas
Uji reliabilitas bertujuan mengukur reliabilitas data dengan melakukan perhitungan nilai *cronbach's alpha*. Variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* mendekati satu(Priyatno,2016).
- g. Uji Normalitas
Pengujian yang ditujukan untuk memeriksa tingkat kenormalan distribusi data. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 23.
- h. Uji Linearitas
Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel yang diteliti. Uji linearitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 23.
- i. Analisis *Product Moment Correlation*
Analisis *Product Moment Correlation* bertujuan untuk mencari adanya hubungan antara variabel perilaku konsumtif mahasiswa dengan variabel kebiasaan penggunaan layanan Grab Food. Pada penelitian ini, analisis dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 23.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Mahasiswa

Untuk penentuan karakteristik mahasiswa yang tinggal kos, didapatkan melalui hasil kuesioner yang dilakukan oleh 70 responden dari berbagai kalangan umur. Dari data yang diambil, peneliti mendapatkan sebanyak 6 variasi umur mulai dari 18, 19, 20, 21, 22, 23 tahun. Hasil yang didapatkan akan dikelompokkan berdasarkan umur, uang saku perbulan, dan frekuensi pemesanan dalam seminggu. Karakteristik mahasiswa berdasarkan umur bisa diamati melalui Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Persentase Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase
18	3	4,28
19	7	10
20	25	35,71
21	20	28,57
22	14	20
23	1	1,43

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa responden dominan berumur 20 tahun dengan persentase sebesar 35,71 persen dan subordinan pada umur 23 tahun dengan persentase sebesar 1,43 persen.

Tabel 4. Uang Saku Mahasiswa

Uang saku per Bulan	Jumlah Responden Terhadap umur						Total	Persentase
	18	19	20	21	22	23		
Rp100.000 sampai Rp500.000	0	0	3	1	3	1	8	11,42
Rp600.000 sampai Rp1.000.000	0	2	7	4	1	0	14	20
Rp1.100.000 sampai Rp2.000.000	3	5	6	7	10	0	31	44,28
Diatas Rp2.000.000	0	0	9	5	3	0	17	24,28

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa responden dominan memiliki uang saku dari Rp1.100.000 sampai Rp2.000.000 per bulan dengan persentase sebesar 44,28 persen dan subordinan pada uang saku sebesar Rp100.000 sampai Rp500.000 per bulan dengan persentase sebesar 11,42 persen.

Tabel 5. Frekuensi Pemesanan Menggunakan Grab Food dalam Satu Minggu

Frekuensi pemesanan dalam 1 minggu	Jumlah responden terhadap umur						Total	Persentase
	18	19	20	21	22	23		
1	0	0	7	2	2	0	11	17,46
2	2	2	2	6	3	0	15	23,8
3	0	3	8	8	4	1	24	38,09
Diatas 4 kali	1	0	5	3	4	0	13	20,63

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa responden dominan melakukan pemesanan dengan frekuensi 3 kali dalam 1 minggu dengan persentase sebesar 38,09 persen dan subordinan pada frekuensi pemesanan 1 kali dalam 1 minggu dengan persentase sebesar 17,46 persen.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel karakteristik mahasiswa yang tinggal dikos, didapatkan poin-poin sebagai berikut:

- a. Usia dominan 20 tahun
- b. Uang saku dominan pada rentang Rp1.100.000 - Rp2.000.000 perbulan
- c. Frekuensi pemesanan dominan 3 kali dalam satu minggu

Hal ini menandakan bahwa terdapat beberapa korelasi menarik antara karakteristik mahasiswa yang tinggal di kos. Jika dilihat dari tingkat kemayoritasan mahasiswa yang memiliki usia dominan sekitar 20 tahun dengan rentang uang saku berada pada Rp1.100.000 hingga Rp2.000.000 perbulan. Hal ini menandakan bahwasannya mahasiswa dengan usia sekitar 20 tahun cenderung memiliki batasan keuangan yang serupa, yang mungkin menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan untuk tinggal di kos. Selain itu, frekuensi pemesanan yang dominan sekitar 3 kali dalam satu minggu dapat mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan keterbatasan waktu dan mobilitas tinggi lebih mungkin menggunakan layanan pengiriman makanan *online* untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal inilah yang menciptakan pola perilaku tertentu dalam konsumsi dan pengeluaran mahasiswa.

2. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos

Tindakan setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner adalah mentabulasi data tersebut untuk menganalisis secara deskriptif pada variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos dengan merata-ratakan (*mean*) nilai pada setiap indikator untuk menentukan perilaku tingkat konsumtif mahasiswa. Berdasarkan jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), sangat setuju (SS) pada setiap indikator yang terlebih dahulu ditabulasi kemudian dilakukan perhitungan *mean*. Hasil yang didapat kemudian akan dianalisis dengan berdasarkan kriteria penilaian Tabel 1. Kriteria Penilaian Variabel Perilaku Konsumtif.

Tabel 6. Nilai Rata-rata Skor Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Variabel	Indikator	Rata-rata	Kriteria
Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos	Saya mengutamakan membeli makanan yang diinginkan daripada yang dibutuhkan	3,914286	Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food secara berlebihan	3,014286	Cukup Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena terdapat penampilan makanan yang menarik	3,657143	Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food untuk memenuhi gaya hidup karena FOMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	2,728571	Cukup Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena ingin menaikkan status sosial	2,557143	Tidak Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena tertarik dengan iklan yang ditayangkan	4,028571	Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena diskon dan bonus yang ditawarkan	4,657143	Sangat Konsumtif
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena ajakan teman	3,742857	Konsumtif

Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal	3,828571	Konsumtif
Saya melakukan pemesanan pada Grab Food atas pertimbangan harga bukan atas kebutuhan	4,214286	Sangat Konsumtif
Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena terpengaruh oleh sosok yang diidolakan	3	Cukup Konsumtif
Rata-rata	3,576623364	Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggal di kos, didapatkan nilai rata-rata yaitu sebesar 3,576623364 yang mengidentifikasi mahasiswa yang tinggal dikos berperilaku konsumtif terhadap pelayanan pesanan makanan Grab Food. Skor terkecil diketahui pada indikator “Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena ingin menaikkan status sosial” dengan skor 2,557143 yang teridentifikasi Tidak Konsumtif. Menunjukkan bahwasannya mahasiswa tidak membeli makanan dengan alasan untuk menaikkan status sosial atau gengsi mereka 4,657143 adalah skor tertinggi yang teridentifikasi sebagai Sangat Konsumtif, skor ini terkandung dalam indikator “Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena diskon dan bonus yang ditawarkan”. Hal ini menandakan, mahasiswa memiliki alasan kuat untuk membeli makanan melalui Grab Food karena penawaran yang ditawarkan sangat menggiurkan, hingga membuat mahasiswa sangat konsumtif.

3. Penggunaan Layanan Grab Food

Perilaku konsumtif mahasiswa kos dipengaruhi oleh layanan yang diberikan, sehingga diperlukan analisis untuk variabel penggunaan layanan Grab Food. Dengan cara yang sama, tindakan setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner adalah mentabulasi data tersebut untuk menganalisis secara deskriptif pada variabel Penggunaan Layanan Grab Food dengan merata-ratakan (*mean*) nilai pada setiap indikator untuk menentukan tingkat terbiasa menggunakan Grab Food. Berdasarkan jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), sangat setuju (SS) pada tiap indikator yang terlebih dahulu ditabulasi kemudian dilakukan perhitungan *mean*. Hasil yang didapat kemudian akan dianalisis dengan berdasarkan kriteria penilaian Tabel 2. Kriteria Penilaian Variabel Penggunaan Layanan Grab Food.

Tabel 7. Nilai Rata-Rata Skor Variabel Penggunaan Layanan Grab Food

Variabel	Indikator	Rata-rata	Kriteria
Penggunaan Layanan Grab Food	Saya selalu menggunakan Grab Food untuk membeli makanan	3,871429	Terbiasa
	Saya menggunakan Grab Food untuk membeli makanan agar dapat menghemat waktu	4,071429	Terbiasa
	Saya menggunakan Grab Food untuk membeli makanan agar menghemat tenaga	4,3	Sangat Terbiasa
	Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena ajakan teman	3,742857	Terbiasa
	Saya memahami cara pembayaran saat bertransaksi menggunakan layanan Grab Food	4,5	Sangat Terbiasa
	Saya memahami cara pemesanan makanan melalui layanan Grab Food	4,571429	Sangat Terbiasa
	Saya merasa mudah dalam mencari kuliner yang diinginkan pada Grab Food	4,428571	Sangat Terbiasa
	Saya merasa nyaman saat bertransaksi di aplikasi Grab Food dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan	4,357143	Sangat Terbiasa
	Saya menggunakan aplikasi Grab Food karena <i>merchant</i> yang bervariasi	4,2	Sangat Terbiasa
	Saya menggunakan aplikasi Grab Food karena pilihan kuliner yang beragam	4,342857	Sangat Terbiasa

Saya menggunakan aplikasi Grab Food karena ongkos kirim terjangkau	3,928571	Terbiasa
Rata-rata	4,210389636	Sangat Terbiasa

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel penggunaan layanan Grab Food, didapatkan nilai rata-rata yaitu sebesar 4,210389636 yang mengidentifikasi secara umum mahasiswa yang tinggal dikos sebagai Sangat Terbiasa dalam menggunakan Grab Food. Skor terendah dimiliki oleh indikator “Saya melakukan pemesanan pada Grab Food karena ajakan teman” dengan sebesar 3,742857 atau tergolong terbiasa, walaupun tidak seluruhnya atau sebagian sedikit mahasiswa mau untuk diajak membeli makanan dengan Grab Food, hal ini tetap menjadikan mahasiswa melakukan pembelian dengan Grab Food karena mereka tergoda dengan ajakan teman atau sekedar menemani untuk memenuhi persyaratan minimal pembelian untuk mendapatkan potongan harga. Indikator pemegang skor tertinggi adalah “Saya memahami cara pemesanan makanan melalui layanan Grab Food” yaitu sebesar 4,571429, skor ini member arti bahwasannya layanan yang diberikan sangat mudah digunakan oleh mahasiswa dalam memesan makanan.

4. Hubungan Penggunaan Layanan Grab Food dengan Perilaku Konsumtif

Hubungan antara penggunaan layanan Grab Food dengan perilaku konsumtif dapat diketahui dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu variabel berdasarkan hasil kuesioner yang telah didapatkan. Jika variabel yang layak telah diketahui, maka selanjutnya dilakukan pengujian uji normalitas, uji linearitas, dan analisis *product moment correlation*.

Uji validitas bertujuan untuk menentukan indikator apa saja yang valid atau tidak valid melalui sebuah perhitungan. Instrumen validitas diuji melalui program IBM SPSS Statistics 23 dengan sampel yang diujikan sebanyak 70 responden.

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

No Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid
7	0,169	Tidak Valid
8	0,000	Valid
9	0,000	Valid
10	0,017	Valid
11	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 8 yang dilakukan dengan mengacu pada perilaku konsumtif mahasiswa, diketahui bahwa dari 11 pernyataan yang ada, terdapat 1 pernyataan yang tidak valid. Suatu indikator akan dikatakan valid apabila nilai signifikansi kurang dari 0,050 dan tidak valid jika melebihi 0,050 (Priyatno, 2016). Indikator yang tidak valid terdapat pada pernyataan nomor 7, yaitu melakukan pemesanan pada Grab Food karena diskon dan bonus yang ditawarkan. Pernyataan tersebut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,169 sehingga dinyatakan tidak valid.

Tabel 9. Uji Validitas Variabel Penggunaan Layanan Grab Food

No Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
12	0,000	Valid
13	0,000	Valid
14	0,000	Valid
15	0,394	Tidak Valid
16	0,017	Valid
17	0,000	Valid
18	0,000	Valid
19	0,000	Valid
20	0,000	Valid
21	0,000	Valid

Uji validitas terhadap variabel penggunaan layanan Grabfood pada Tabel 9 didapatkan bahwa terdapat 10 pernyataan valid dan 1 pernyataan tidak valid. Pernyataan tidak valid tersebut terdapat pada pertanyaan nomor 15, yaitu pemahaman terkait cara pembayaran saat bertransaksi menggunakan layanan Grab Food. Nilai signifikansi dari pernyataan tersebut sebesar 0,394 yang artinya tidak valid karena melebihi 0,050.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat stabilitas suatu variabel jika digunakan berulang kali pada subjek dan kondisi yang sama. Hal ini untuk memastikan bahwa instrument pengukuran mampu menghasilkan data yang serupa, sehingga data dapat diandalkan serta memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi. Pengujian reliabilitas disini menggunakan IBM SPSS Statistics 23 dan nilai yang digunakan adalah *cronbach alpha*.

Tabel 10. Uji Reliabilitas

Perilaku	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	0,861	Reliabel
Penggunaan Layanan Grab Food	0,825	Reliabel

Beralaskan hasil uji reliabilitas yang tertera pada Tabel 10, diketahui bahwa perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,861 dan penggunaan layanan Grab Food sebesar 0,825. Suatu instrument memiliki reliabilitas yang kurang baik jika bernilai kurang dari 0,6, reliabilitas dapat diterima jika nilai berkisar antara 0,6 hingga 0,79, dan reliabilitas yang baik apabila nilai di atas 0,8 hingga 1 (Priyatno, 2016). Kedua variabel pada Tabel 10 dikatakan reliabel dan dapat diujikan kembali untuk pengambilan data karena memiliki nilai lebih dari 0,8 dan mendekati 1.

Tabel 11. Uji Normalitas

<i>One - Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i>	<i>Unstandardize d Residual</i>
<i>Kolmogorov – Smirnov Z</i>	0,093
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Tabel 11 diuji dengan metode *Kolmogorov - Smirnov* dengan criteria pengujian yaitu data yang memiliki distribusi normal akan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,050, sementara data yang tidak mengikuti distribusi normal akan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,050. Dalam konteks tabel uji normalitas yang telah disajikan, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200, yang lebih besar dari 0,050. Berdasarkan aturan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov - Smirnov* ini, dapat disimpulkan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal.

Uji linearitas, pada dasarnya, bertujuan untuk memahami bagaimana hubungan antara dua variabel terbentuk. Untuk melakukan pengujian linearitas ini, Tindakan pengujian menggunakan IBM SPSS Statistics 25 dengan mengaplikasikan *test for linearity* yang memiliki tingkat signifikansi 0,050. Jika hasil *deviation from linearity sig.* lebih besar dari 0,050, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki hubungan yang linear.

Tabel 12. Uji Linearitas

<i>Linearity</i>		F	Sig.
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	<i>Combined</i>	4,390	0,000
Penggunaan Layanan Grab Food	<i>Linearity</i>	53,438	0,000
	<i>Deviation from linearity</i>	1,504	0,131

Dalam pengujian linearitas pada Tabel 12, perbandingan dilakukan antara nilai Signifikansi (.Sig) dengan angka 0,05 sebagai dasar pengambilan keputusan. Hubungan linier yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen dapat disimpulkan jika deviasi nilai linearitas (Sig.) lebih dari 0,05. Sebaliknya dapat diasumsikan tidak terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat jika simpangan nilai linearitasnya adalah Sig. kurang dari 0,05.

Hasil pengujian linearitas pada Tabel 12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *deviation from linearity* adalah 0,131. Karena nilai ini melebihi angka 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara perilaku konsumtif dan kebiasaan penggunaan layanan Grab Food. Untuk mengevaluasi hubungan ini lebih lanjut, dilakukan analisis *Product Moment Correlation* dengan menggunakan metode *Pearson* dengan bantuan IBM SPSS Statistics 23.

Tabel 13. Uji *Product Moment Correlation*

		Penggunaan Layanan Grab Food	Perilaku konsumtif mahasiswa
Penggunaan Layanan Grab Food	<i>Pearson Correlation</i>	1	0,641
	<i>Sig.(2-tailed)</i>		0,000
Perilaku konsumtif mahasiswa	<i>Pearson Correlation</i>	0,641	1
	<i>Sig.(2-tailed)</i>	0,000	

Hasil uji pada Tabel 13 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari angka 0,050. Ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan layanan Grab Food dan perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai korelasi (r) sebesar 0,641 menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara penggunaan layanan Grab Food dan perilaku konsumtif mahasiswa adalah sedang. Ini disebabkan oleh perilaku mahasiswa yang cenderung cukup konsumtif dalam menggunakan layanan Grab Food. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan layanan Grab Food dan perilaku konsumtif mahasiswa, dengan tingkat yang berada pada kategori sedang.

Simpulan dan Saran

Mahasiswa yang tinggal di kos umumnya memiliki karakteristik tertentu, seperti usia sekitar 20 tahun, uang saku bulanan antara Rp1.100.000 hingga Rp2.000.000, serta sering memesan makanan *online* sekitar 3 kali seminggu. Karakteristik ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan keterbatasan waktu dan mobilitas tinggi lebih cenderung menggunakan layanan pengiriman makanan *online* untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dampak dari ini adalah terbentuknya pola perilaku tertentu dalam konsumsi dan pengeluaran mahasiswa.

Selain itu, perilaku konsumtif dalam penggunaan layanan Grab Food bervariasi signifikan. Meskipun sebagian besar mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan ini, faktor yang mempengaruhinya berbeda-beda. Penggunaan

layanan Grab Food juga sangat umum di kalangan mahasiswa yang tinggal di kos, dengan mayoritas dari mereka sangat terbiasa menggunakannya. Pemahaman mahasiswa tentang cara memesan makanan melalui Grab Food juga sangat baik, mencerminkan tingkat kemudahan dalam menggunakan layanan ini.

Hasil uji statistic menunjukkan bahwa tingkat signifikansi antara hubungan penggunaan layanan Grab Food dan perilaku konsumtif mahasiswa berada pada tingkat sedang. Ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh sejauh mana mahasiswa menggunakan layanan Grab Food.

Berikut adalah saran menurut penulis: Pertama, studi lanjutan bisa memeriksa faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti preferensi makanan, pengaruh teman sebaya, dan pola pembelian online lainnya. Kedua, perlu ada penelitian yang lebih mendalam tentang dampak perilaku konsumtif terhadap keuangan mahasiswa dan bagaimana hal ini mempengaruhi pengeluaran bulanan dan tabungan mereka. Ketiga, studi komparatif antara penggunaan Grab Food dengan layanan pengiriman makanan *online* lainnya dapat memberikan wawasan tentang perbedaan dalam perilaku konsumtif.

Daftar Pustaka

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., dan Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*,5(2), 264.<https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., dan Apsari, N. C. (2021). 'Layanan *Online Food Delivery* Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro', *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), p. 156. doi:10.24198/jppm.v2i2.33513.
- Buaton, R. E., Istadewanti, A.A.I., Rahmawati, A., Khomeini, A.T.R., Rakhmawati, N.A.(2023). 'Survey Penggunaan Layanan Grab Food di Kalangan Mahasiswa Kos [Dataset]'. Zenodo. doi:10.5281/zenodo.8397991
- Divany,A.,Putri,H.A.,Purwanti, S. D., dan Rakhmawati, N. A. (2023). 'Analisis Pengaruh Iklan *Boyband* BTS sebagai *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli pada Aplikasi GoFood', *Journal Of Business and Economics Research(JBE)*,4(1),pp.1–8.doi:10.47065/jbe.v4i1.2681.
- Fatimah,K.,Suswatiningsih,T.E.,danDewi,C.W.A.(2023). 'DAMPAK *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI',16(1).
- Hidayati,A.,Hidayat,T.,danPristian,R.(2020). 'E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro)',*IKIP PGRI Bojonegoro*, pp.1–12.
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., dan Dahliyana, A. (2021). 'Pengaruh fitur go-food pada aplikasi go-jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital', *Sosio Religi:Jurnal Kajian Pendidikan Umum*,19(1),pp.25–32.
- Octaviani, F. L., dan Cahyadi, E. R. (2022). 'Competitive of Digital Platform for Food Delivery Services in Dki Jakarta Province', *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*,8(3),pp.973–984.

- Pramesta, N. R., Natania, C. M., Izdihar, A. H., dan Rakhmawati, N. A. (2022). 'Analisis Pengaruh Strategi Flash Sale Terhadap Minat Beli dan Perilaku Impulsif Mahasiswa ITS', *JURSIMA: Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 10(3), pp.149–159. Available at:<https://ejournal.stmikgici.ac.id/>.
- Pratiwi,P.R. dan Arisena, G. M. K. (2023). 'PERILAKU KONSUMTIF BELANJA KULINER MELALUI *ONLINE* PADA MAHASISWA BARU FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS UDAYANA TAHUN 2022', *Agri Mu Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(2). DOI:<https://doi.org/10.26618/agm.v3i2.10726>.
- Priyatno, Duwi.(2016). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS. Yogyakarta: GavaMedia.
- Purnomosidi, F., Ernawati, S., Riskiana, D., Banabsyah, J.(2022). 'Perilaku Konsumtif Anak Kos Pada Mahasiswa Universitas Sahid Surakarta', *Jurnal Talenta*,Volume XI, pp. 36 – 48. Available at:
<https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JTL/article/view/1082>.