

## Intervensi Variabel Gaya Hidup pada Layanan Grab Food dan Diskon Harga dalam Mempengaruhi Pola Konsumtif Masyarakat

Ali Mauludi AC, Adhimas Priyoga, Budi Kolistiawan

UIN Satu Tulungagung

mauludiali193@gmail.com, adhimaspri@gmail.com, budikolistiawan@gmail.com

### ABSTRACT.

*This study aims to analyze the influence of GrabFood services and food price discounts on the consumption patterns of the Tulungagung community, with lifestyle as an intervening variable. The phenomenon of increasing use of food delivery applications such as GrabFood and the attraction of price discounts have changed people's shopping habits. Tulungagung, as one of the areas that also feels the impact of digitalization, shows a shift in consumption patterns. This study aims to analyze the influence of GrabFood services and food price discounts on the consumption patterns of the Tulungagung community, with lifestyle as an intervening variable. The phenomenon of increasing use of food delivery applications such as GrabFood and the attraction of price discounts have changed people's shopping habits. Tulungagung, as one of the areas that also feels the impact of digitalization, shows a shift in consumption patterns. This study aims to analyze the influence of GrabFood services and food price discounts on the consumption patterns of the Tulungagung community, with lifestyle as an intervening variable. The phenomenon of increasing use of food delivery applications such as GrabFood and the attraction of price discounts have changed people's shopping habits. Tulungagung, as one of the areas that also feels the impact of digitalization, shows a shift in consumption patterns.*

**Keywords:** *Grab Food Service, Price Discount, Lifestyle, Consumption Pattern*

### ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan GrabFood dan diskon harga makanan terhadap pola konsumtif masyarakat Tulungagung, dengan gaya hidup sebagai variabel intervening. Fenomena peningkatan penggunaan aplikasi pesan antar makanan seperti GrabFood dan daya tarik diskon harga telah mengubah kebiasaan belanja masyarakat. Tulungagung, sebagai salah satu wilayah yang juga merasakan dampak digitalisasi, menunjukkan adanya pergeseran dalam pola konsumsi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif komparatif dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Tulungagung. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat yang menjadi pengguna GrabFood. Jumlah populasi tidak diketahui. Dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan Tingkat kesalahan 10 % didapat sampel 96 dibulatkan 100 sampel. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS.25 sebagai alat untuk menghitung seberapa pengaruh Variabel independent dan Variabel dependen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Layanan Grab Food berpengaruh positif signifikan terhadap Pola Konsumtif, (2) Layanan Grab Food berpengaruh positif signifikan terhadap Gaya Hidup, (3) Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Pola Konsumtif, (4) Layanan Garab Food melalui Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Pola Konsumtif, (5) Diskon Harga Makanan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Pola Konsumtif, (6) Diskon Harga Makanan Berpengaruh Positif signifikan terhadap Gaya Hidup, (7) Diskon Harga Makanan melalui Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap

Pola Konsumtif. Temuan ini akan bermanfaat bagi penyedia layanan GrabFood dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, bagi pelaku usaha kuliner dalam memahami preferensi konsumen, serta bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan terkait ekonomi digital dan perilaku konsumen.

**Kata kunci:** Layanan Grab Food, Diskon Harga, Gaya Hidup, Pola Konsumtif

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komputer dan telekomunikasi mendorong perkembangan internet. Internet memudahkan pelaku bisnis memperoleh berbagai informasi, bahkan terlalu banyak, sehingga informasi perlu disaring agar tepat dan relevan. Hal ini mengubah abad informasi menjadi abad internet. Pemanfaatan internet dapat bermacam-macam penggunaannya sesuai dengan kebutuhan dan bidang yang membutuhkan. Contoh penggunaan internet seperti komunikasi, Pendidikan, hiburan, dan juga sebagai media untuk bisnis. Dalam sektor bisnis penggunaan internet sudah terjadi beberapa dekade yang lalu, tepatnya di tahun 1980-an akhir. Jadi penggunaan internet memang sudah lama terjadi dan masih bisa bertahan hingga sekarang. Ini membuktikan bahwa internet memiliki peran yang sangat penting bagi sector ekonomi dan bisnis (Yenti Yuliana, 2000).

Kemajuan Teknologi ini memberi keuntungan strategi bisnis dalam meningkatkan penghematan dan efisiensi komunikasi global, dan mampu untuk menjangkau, menjual, serta pengembangan pelayanan pasar konsumen internasional. . Dalam dunia bisnis telah hadir inovasi ecommerce yang memberikan kemudahan dalam berbisnis seperti menjual produk, membeli produk serta kemudahan fitur transaksi yang mana e-commerce dapat diakses melalui smartphone masing-masing individu dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja (Embun Febriyanti, 2020)

E-commerce adalah segala aktivitas kegiatan transaksi yang dilakukan melalui media-media elektronik yang kemudian bertransaksi melalui internet. E-Commerce sendiri menjadi salah satu kemajuan teknologi dengan adanya internet. E-commerce digunakan sebagai salah satu strategi dalam bisnis dan platform baru di bidang ekonomi. Dengan strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan, pemasaran di E-commerce akan menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Salah satu inovasi ecommerce dalam bidang bisnis adalah dengan memunculkan layanan belanja secara online yang memungkinkan para konsumen memudahkan dalam pembelian sebuah produk. Banyak platform e-commerce yang telah tersedia seperti platform pakaian dan makanan. Inovasi *e-commerce* yang memiliki berbagai fitur kemudahan dan dapat merubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja online terutama terhadap produk makanan adalah pada platform Grab yang menawarkan layanan *GrabFood*. (Sukma Nugraha, 2019).

Grab merupakan platform transportasi ojek online yang berasal dari negara Singapura. Dalam perkembangannya Platform Grab ini menyediakan layanan Online Food Delivery, yaitu Grab Food. Layanan pesan antar makanan secara online melalui Grab Food telah menjadi layanan primadona baru bagi masyarakat, sebesar lebih dari

50% pangsa pasar Grab Food telah menjangkau masyarakat Indonesia. Dengan hadirnya GrabFood ini telah memberikan banyak keuntungan bagi penjual dan konsumen, bagi penjual sendiri dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan bagi konsumen sendiri lebih mudah dalam memesan makanan dengan hemat tenaga, menghemat waktu (Wanda Asiyah, 2024).

Keberadaan layanan grab food ini, masyarakat menjadi terbantu di kala tidak ada waktu untuk pergi ke warung makan, ke tempat makan hanya dengan membuka aplikasi grab, dan menuju ke fitur grab food. Selain karena layanan grab food yang memudahkan para konsumen ini, juga ada faktor lain yang bisa menjadikan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan grabfood ini menjadi konsumtif ialah adanya diskon harga. Diskon harga ini tersedia di grab food sebagai salah satu fitur untuk memberikan potongan harga yang tersedia di grab food. Biasanya diskon harga makanan ini tersedia saat ada event dan hampir setiap hari tersedia diskon dan dengan jangka waktu yang terbatas. Dari itu lah banyak masyarakat yang berbelanja makanan secara online untuk memanfaatkan diskon tersebut (Kapriani, 2021)

Adanya diskon yang diberikan oleh masing-masing perusahaan dalam pemasaran produknya menimbulkan ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut. Dengan begitu, akan banyak konsumen yang membeli berbagai macam pilihan makanan yang merek inginkan, Selain potongan harga, salah satu promosi yang digunakan jasa layanan food delivery seperti grab food untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah dengan menawarkan Free Shipping. Free Shipping atau gratis ongkos kirim diberikan oleh layanan food delivery agar para konsumen tidak terbebani oleh ongkos kirim jika mereka ingin berbelanja online. Dari itu lah banyak masyarakat yang berbelanja makanan secara online untuk memanfaatkan diskon tersebut yang mana tersebut juga dapat memicu sifat konsumtif. Munculnya perilaku konsumtif tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. untuk memilih produk yang akan dibeli oleh konsumen melalui situs belanja online. Hal ini dapat memicu pemborosan yang tidak diperlukan oleh konsumen untuk membeli produk yang tidak diperlukan (Erlangga H, 2022)

Oleh karena itu penulis sangat tertarik meneliti topik permasalahan Intervensi Variabel Gaya Hidup pada Layanan Grab Food dan Diskon Harga Dalam Mempengaruhi Pola Konsumtif Masyarakat Di Kabupaten Tulungagung”

### **Perilaku Konsumen**

Teori Perilaku Konsumen adalah ilmu yang mempelajari tentang detail-detail kecil atau bagan-bagan kecil dari keseluruhan aktivitas ekonomi seperti bisnis perusahaan, rumah tangga, penentuan harga produk, dan lain lain. Mikro berasal dari bahasa Yunani yaitu mikros yang artinya kecil. Ini berarti teori ekonomi mikro menjelaskan mengenai komposisi dan alokasi dari produksi total. Teori ekonomi mikro juga membahas tentang arus barang dan jasa dari sektor perusahaan ke sektor

rumah tangga dan arus faktor-faktor produksi rumah tangga ke sektor perusahaan. Susunan dari arus-arus ini akan menciptakan harga. Berdasarkan arus-arus ini dapat menimbulkan masalah yang dinamakan masalah ekonomi.(Zakaria, 2020).

Konsep sentral dalam teori ekonomi mikro adalah penawaran dan permintaan. Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga, dengan asumsi faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Umumnya, semakin rendah harga, semakin banyak barang yang diminta. Sebaliknya, kurva penawaran menunjukkan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ingin ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga. Semakin tinggi harga, semakin banyak barang yang ditawarkan. Interaksi antara penawaran dan permintaan inilah yang menentukan harga ekuilibrium dan kuantitas ekuilibrium di pasar, yaitu titik di mana jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. (Muhammad Yunus, 2023)

#### **Pola Konsumtif.**

Perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi dimana hanya memakai saja dan tidak menghasilkan sendiri. Perilaku konsumtif juga berarti Gaya hidup yang cenderung membeli barang secara berlebihan dan tidak rasional. Perilaku konsumtif sering dipengaruhi oleh dorongan emosional dan tekanan sosial. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan banyak barang yang dibeli tidak terpakai dan menjadi percuma. Perilaku konsumtif menjadi gaya hidup yang banyak dimiliki orang. Mereka biasanya membelanjakan uang tanpa pertimbangan lain dengan matang, Namun kebanyakan perilaku konsumtif itu hanya memiliki pemikiran jangka pendek. Karakteristik tersebut masih bertahan hingga kini dan mungkin disertai sifat lainnya. Bisa dikatakan konsumtif disebabkan oleh faktanya bahwa orang memiliki kecenderungan materialistis, keinginan besar untuk memiliki sesuatu tanpa mempertimbangkan kebutuhannya, dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didasarkan pada keinginan untuk memenuhi banyak keinginan untuk kesenangan ( Ahmad Fauzan, 2023)

Perilaku konsumtif umumnya digunakan untuk merujuk pada perilaku konsumen yang menggunakan nilai moneter lebih tinggi daripada nilai produksi untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok. Dalam contoh nyata, perilaku konsumtif keterkaitannya dengan kondisi saat ini yaitu jika dilihat dari studi kasusnya, sudah banyak para remaja yang hanya mementingkan keinginannya saja. Kecenderungan perilaku konsumtif dikaitkan dengan masyarakat karena masyarakat sebagian besar mengutamakan sisi emosionalitas, mempunyai watak lebih terpicat pada warna serta wujud bukan pada perihal teknis serta kegunaannya. Aktivitas berbelanja merupakan salah satu kegiatan yang dapat memicu perilaku konsumtif seperti membeli dan memesan makanan online melalui aplikasi grab (Niati Lisma, 2016)

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup adalah pola hidup menyeluruh yang menggambarkan bagaimana seseorang atau sekelompok orang hidup. Ini mencakup cara mereka menghabiskan waktu dan uang, keyakinan dan nilai-nilai yang mereka anut, serta sikap dan perilaku yang mereka tunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari sekadar kebiasaan individu, gaya hidup sering kali mencerminkan identitas sosial, budaya, dan bahkan ekonomi seseorang. Misalnya, gaya hidup seseorang bisa dipengaruhi oleh pekerjaan, tingkat pendapatan, latar belakang pendidikan, hingga lingkungan tempat tinggal.

Menurut Kotler dan Armstrong (1994) bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan di sekitarnya. Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli (Tri Anggraini, 2019).

Gaya hidup secara umum memperlihatkan bagaimana seseorang hidup, menghabiskan uang, dan mengalokasikan waktunya. Gaya hidup menjadi salah satu faktor penentu perilaku konsumtif seseorang. Dengan demikian, gaya hidup seseorang menunjukkan pola hidupnya sehari-hari, cara mereka menghabiskan waktu, apa yang terpenting dalam hidupnya, dan apa yang dipikirkan mengenai lingkungan sekitarnya. Dalam beberapa pandangan, gaya hidup tertentu dianggap sebagai simbol status. Ini dapat mendorong individu untuk mengadopsi pola konsumsi, hobi, atau bahkan pilihan tempat tinggal yang mencerminkan keinginan untuk mencapai atau mempertahankan status tersebut (Salma Egita, 2021)

### **Layanan Online Food Delivery**

Layanan online food delivery adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. Online food delivery service dapat dikatakan sebagai salah satu strategi pemasaran secara digital yang dilakukan pelaku usaha kuliner. Layanan online food delivery merupakan salah satu bentuk jasa yang memberikan kemudahan bagi konsumen. Layanan ini juga bisa memberikan nilai tambah bagi rumah makan. Layanan ini menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner, sehingga konsumen bisa memesan makanan dari rumah makan dan mengantarkannya ke lokasi yang diinginkan (Aldy Pratama, 2023).

### **Layanan Grab Food**

Grab adalah perusahaan multinasional yang pertama kali didirikan di Singapura. Salah satu layanan Grab adalah Grab Food yang memungkinkan konsumen memesan makanan melalui aplikasi. Saat ini, Grab telah memiliki jaringan di beberapa negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, Vietnam, Kamboja, Filipina dan Myanmar. Grab menjadi salah satu unggulan dalam industri layanan pesan antar makanan. Dengan Grab Food, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat Smartphone, tidak perlu berjalan

ketempat penjual. Grab Food adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.

Kemudahan yang terdapat pada layanan grabfood ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen untuk menggunakan layanan grab food. Selain mudah mengaksesnya, layanan grab food juga menyediakan fitur pembayaran non tunai, grab bekerja sama dengan Ovo, Dana, MayBank, dan juga tersedia pembayaran dengan kartu kredit. Tersedianya fitur pembayaran non tunai ini memudahkan konsumen dalam bertransaksi dengan penjual kuliner tanpa harus menyerahkan uang fisik yang biasanya tidak memiliki uang kembalian. Dalam grab food juga sering sekali terdapat promo pembelian yang sangat menarik, hal ini memicu sifat konsumtif masyarakat dengan banyaknya promo dan voucher pembelian maka masyarakat selalu ingin memesan Kembali.

### **Diskon Harga Makanan**

Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atau aktivitas-aktivitas tertentu yang dilakukan pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli diluar musim atau periode permintaan puncak. Strategi potongan harga dijalankan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Apabila perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja maka perputaran uang bias dinamis. Ada dua pihak yang akan terlibat transaksi perdagangan yaitu pihak penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang dan pihak pembeli sebagai pihak yang menerima barang.

Sebelum adanya transaksi kedua belah pihak harus mempunyai kesepakatan mengenai harga dari barang yang diperjualbelikan serta syarat lainnya, termasuk potongan harga. Potongan harga adalah salah satu cara yang dipergunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli agar melakukan pembelian. Dengan adanya potongan harga bisa menarik konsumen untuk melakukan pembelian dengan begitu akan berdampak pada peningkatan penjualan produk tertentu. Potongan harga mempunyai daya tarik tersendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga dapat menciptakan keadilan harga. Potongan harga sangat efektif dalam menarik minat dan merangsang pembeli untuk membeli produk, ritel juga sering menggunakan potongan harga untuk meningkatkan perputaran barang pada tokonya. Potongan harga diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. (Natalie Grace, 2021)

### **Hubungan layanan grab food dan diskon harga makanan terhadap gaya hidup**

Sebelum peneliti mengukur pengaruh layanan grab food dan diskon harga makanan sebagai 2(dua) variabel independen terhadap gaya hidup sebagai variabel dependen pada struktur 1 model penelitian ini, peneliti akan menjelaskan hubungan antara variabel tersebut. Hubungan layanan grab food dan diskon harga berhubungan positif terhadap gaya hidup, yang artinya semakin tinggi layanan grab food dan diskon harga yang diberikan oleh pihak penjual akan membangkitkan gaya

hidup konsumen

### **Hubungan layanan grab food , diskon harga makanan dan gaya hidup terhadap pola konsumtif**

Sebelum peneliti mengukur pengaruh layanan grab food, diskon harga makanan dan gaya hidup yang merupakan 3 (tiga) variabel independen terhadap pola konsumtif sebagai variabel independen pada struktur 2 model penelitian ini, peneliti akan menjelaskan tentang hubungan di antara mereka. Layanan Grab Food, diskon harga makanan dan gaya hidup berhubungan positif terhadap pola konsumtif masyarakat.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif komparatif. Metode penelitian kuantitatif asosiatif komparatif pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung 2 variabel bebas yaitu layanan grab food dan diskon harga makanan terhadap variabel terikat pola konsumtif dengan melalui gaya hidup sebagai variabel intervening.

Variabel intervening dalam penelitian ini, yaitu variabel gaya hidup adalah sebuah variabel mediasi yang berfungsi menguatkan atau melemahkan variabel-variabel bebas yaitu layanan grab food dan diskon harga terhadap variabel terikat, yaitu pola konsumtif

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang memiliki aplikasi grab dan pernah atau sering menggunakan layanan grabfood. Dalam penelitian ini menggunakan metode Non-Probability sampling yaitu metode pengambilan sampel yang tidak semua calon populasi berpeluang sama untuk dijadikan sampel. Untuk sampel yang diambil juga dipertimbangkan. Apabila populasi jumlahnya belum diketahui bisa menggunakan teknik rumus lemeshow dengan menggunakan tingkat kesalahan 10 %, dengan rumus sbb;

$$n = \frac{Z^2 \cdot p (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1,96 \times 1,96 \times 0,5 \times 0,5}{0,1 \times 0,1}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96 \text{ (dibulatkan 100)}$$

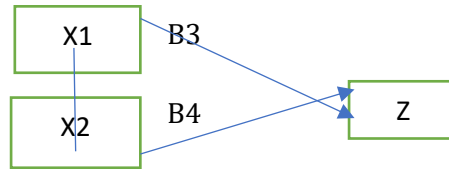
Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96 dibulatkan 100 dengan tingkat kesalahan 10 %

Pada rumus di atas Z = 1,96 nilai Z di atas sampel 30, dan P = peluang dan d = Tingkat kesalahan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, analisis Jalur dan uji signifikan menggunakan Uji Sobel.

Agar mudah dipahami maka kerangka konsepnya sbb :

**Struktur 1**

**Gambar 1 : Kerangka konsep 1**



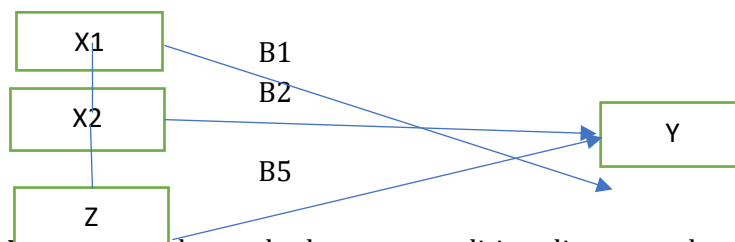
Persamaan regresi berganda di atas  $Z = a + b_3X_1 + b_4X_2 + e$ , Dengan  $X_1 =$  Layanan Grab Food, dan  $X_2 =$  Diskon Harga makanan, dan  $Z =$  Gaya hidup. Berdasarkan kerangka konsep di atas maka hipotesisnya sbb :

H1: Layanan Grab Food berpengaruh positif signifikan terhadap pola konsumtif

H2: Diskon Harga Makanan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup

**Struktur 2**

**Gambar 2 : Kerangka konsep 2**



Berdasarkan kerangka konsep penelitian di atas, maka persamaan regresi bergandanya sbb :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_5Z + e$ , Dimana  $X_1 =$  Layanan Grab food ,  $X_2 =$  Diskon harga makanan,  $Z =$  Gaya Hidup dan  $Y =$  pola konsumtif masyarakat. Berdasarkan kerangka konsep di atas, maka Hipotesisnya sbb :

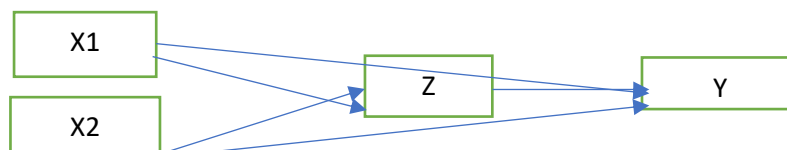
Hipotesis 3 : Layanan Grab food berpengaruh positif signifikan terhadap pola konsumtif Masyarakat.

Hipotesis 4 : Diskon harga makanan yang tinggi berpengaruh positif signifikan terhadap pola konsumtif masyarakat

Hipotesis 5 : Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap pola koonsumtif masyarakat

**Struktur 3**

**Gambar 3 : Kerangka konsep Lengkap**



Berdasarkan kerangka konsep struktur di atas, maka hipotesisnya sbb :

H6: Layanan Grab food berpengaruh positif tidak langsung secara signifikan terhadap pola konsumtif melalui gaya hidup sebagai variabel intervening

H7: Layanan Grab food berpengaruh positif tidak langsung secara signifikan terhadap pola konsumtif melalui gaya hidup sebagai variabel intervening.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas Data**

Uji validitas adalah sebuah uji untuk mengetahui apakah indikator-indikator masing-masing variabel sesuai dengan objek yang diteliti di lapangan. Untuk menguji validitas indikator-indikator variabel dengan cara mencari nilai korelasi antara masing-masing indikator terhadap jumlah total indikator.

**Tabel 1 : Uji Validitas**

Variabel	Corelation Item >0,3	Keterangan
Layanan Grab Food (X1)	0.768	Valid
Diskon Harga Makanan(X2)	0.679	Valid
Gaya Hidup (Z)	0.402	Valid
Pola Konsumtif(Y)	0.467	Valid

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Hasil uji validitas masing masing indikator pada variabel-variabel di atas rata-rata di atas 0,3, dengan demikian semua indikator menunjukkan valid

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas kuisisioner adalah untuk menguji apakah indikator-indikator variabel konsinten sebagai indikator. Uji reliabilitas kuisisioner menggunakan Cronbach’s alpha

**Tabel 2 : Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach’s Alpha	Keterangan
Layanan Grab Food (X1)	0.878	Reliabel
Diskon Harga Makanan(X2)	0.822	Reliabel
Gaya Hidup (Z)	0.801	Reliabel
Pola Konsumtif(Y)	0.656	Reliabel

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Berdasarkan table di atas semua indikator-indikator masing-masing variabel konsisten karena nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,6

**Uji Normalitas Data Struktur 1**

**Tabel 3: Uji One sample Kolmogoro smirnov**

Keterangan	Unstandardized Residual
Asym.Sig, (2-tailed)	0.200

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Berdasarkan table di atas nilai Asym.sig ( 2-tailed ) sebesar 0,2 > 0,05, maka nilai residual dari struktur 1 adalah normal.

**Uji Multikolinieritas Struktur 1**

**Tabel 4 : Tabel Collinearity Statistak**

Variabel	Collinearity Statistik	
	Tolerance	VIF
Layanan Grab food (X1)	0,464	2,154
Diskon harga (X2)	0,464	2,154

Berdasarkan table di atas dengan Tingkat kesalahan 10 persen di dadapat nilai VIF < 10, maka antara variabel-variabel bebas layanan Grab Food dan Diskon harga makanan tidak terjadi hungan yang sangat kuat sehingga taidak mengandung multikolinieritas.

**Uji F**

Untuk menguji kevalidan model persamaan regresi yang terbentuk dengan menggunakan uji F.

**Tabel 5: Uji Model dengan Uji F**

Model	F	Sig.
Regresion Residual total	4.793	0,010

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Model regresi di atas dinyatakan signifikan apabila nilai sig.alpha lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai F sebesar 4.793 dan nilai signifikansi 0,010 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada struktur ( $Z = a + b3X1 + b4X2$ ) memiliki bentuk model yang valid dan signifikan dalam melakukan forecasting

**Uji koefisien determinasi struktur 1**

**Tabel 6 : Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	0,221	0,049	0,0729	1,211

Berdasarkan tabel di atas hubungan X1( Layanan Grab food ) dan X2 ( Diskon harga makanan ) berhubungan positif R= 0,221( sangat lemah) dan

mempengaruhi ( $R^2 = 0,049$ ) terhadap gaya hidup (Z), kalau dipresentasikan sebesar 4,9 persen.

**Uji Hipotesis**

**Tabel 7: Tabel Koefisien**

Model	Unstandardized Coeficient		Standardized Coeficient	t	Sig.
	B	Std Error	B		
C	1,187	1,156		0,397	0,692
X1	0 .105	0,046	0,323	2,269	0,025
X2	0,145	0,047	0,440	3,096	0,003

Dependen : Z (gaya hidup) Sumber : SPSS 25 dan diolah

Dari tabel hasil Uji T individual di atas dapat diketahui bahwa untuk nilai koefisien standardized 0,323 pada variable Layanan Grab Food (X1) dan signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$  dan diperoleh nilai t Hitung  $2.269 > 1.1984$ , maka Layanan Grab food (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup (Z) . Sedangkan variabel Diskon Harga Makanan (X2) terhadap gaya hidup (Z) didapat nilai koefisien standardized 0,44 dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  dan diperoleh nilai T Hitung  $3.096 > 1.988$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk diskon harga makanan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup.

**Uji Normalitas data Struktur 2**

**Tabel 8: Uji One sample Kolmogoro smirnov**

Keterangan	Unstandardized Residual
Asym.Sig, (2-tailed)	.200

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Berdasarkan table di atas menunjukkan nilai Asym. Sig ( 2-tailed ) Pada unstandardized Residual menunjukkan angka  $0,2 > 0,05$  maka menunjukkan normal

1. Uji Multikolinieritas Struktur 2

**Tabel 9 : Tabel Collinearity**

Variabel	Collinearity Statistik	
	Tolerance	VIF
Layanan grab food (X1)	0,484	2,064
Diskon harga (X2)	0,460	2,174
Gaya Hidup ( Z )	0,928	1,077

Berdasarkan di atas masing-masing variabel memiliki nilai VIF  $< 10$  , maka antara variabel-variabel bebas Layanan grab food, diskon harga makanan dan gaya hidup tidak memiliki hubungan yang kuat sehingga tidak mengandung multikolinieritas.

**Uji F**

**Tabel 10 : Uji Model F**

Model	F	Sig
Regresion Residual Total	1.348	0.026 <sup>b</sup>

Sumber : SPSS 25 dan diolah

Berdasarkan table di atas Uji F di atas nilai signifikansi  $0,026 < 0,05$  maka model persamaan regresi  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_5Z$ , valid dan signifikan melakukan forecasting.

**Koefisien determinasi**

**Tabel 11: Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
2	0,800	0,639	0,628	1,167

Berdasarkan table di atas korelasi  $X_1$  ( Layanan Grab food ) , diskon harga makanan (  $X_2$  ) dan gaya hidup (  $Z$  ) secara bersama-sama berhubungan positif (  $R = 0,8$  hubungan sangat kuat) dan berpengaruh positif (  $R^2= 0,639$  ) x 100 % = 63,9 % terhadap Pola konsumtif masyarakat, sisanya 36,1 % factor lain . Dengan Bahasa lain variabel layanan grab food,diskon harga makanan dan gaya hidup menjadi factor penentu dalam mempengaruhi pola konsumtif.

**Uji Hipotesis (T)**

**Tabel 12: Tabel Koefisien**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std Error	B		
C	3,563	1,156		0,397	0,692
$X_1$	0 .281	0,046	0,740	2,269	0,00
$X_2$	0,448	0,047	0,873	3,096	0,00
Z	0,356	0,98	0,229	3,637	0,00

Dependen : Y (Pola konsumtif) Sumber : SPSS 25 dan diolah

**Uji Analisis Jalur**

**Tabel 13: Analisis Jalur**

Variabel	Pengaruh Langsung	Variabel	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah Total
$X_1$ ke Y	$b_1 = 0,740$	$X_1$ ke Z ke Y	( $b_3 \times b_5$ )	$0,323 \times 0,229 = 0,073$

X1 ke Z	b3 = 0,323	X2 ke Z ke Y	(b4xb5)	0,440x0,229 = 0,100
Z ke Y	b5 = 0,229			
X2 ke Y	b2 = 0,837			
X2 ke Z	b4 = 0,440			

Sumber : SPSS 25 dan diolah

1. Pengaruh Variabel Layanan Grab Food melalui Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif diketahui pengaruh langsung yang terhadap variable Pola Konsumtif sebesar 0,740 (b1). Sedangkan pengaruh tidak langsung Variabel Layanan Grab Food melalui Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif adalah perkalian antara nilai beta (Layanan Grab Food terhadap Gaya Hidup) dengan nilai beta (Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif) yaitu : 0,323 (b3) x 0,229 (b5) = 0,073. Berdasarkan perhitungan diatas diketahui pengaruh langsung sebesar 0,740 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,073 maka memiliki arti bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung. Dapat disimpulkan Variabel Layanan Grab Food melalui Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Pola Konsumtif.

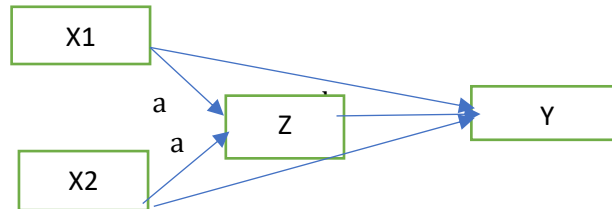
2. Pengaruh Variabel Diskon Harga Makanan melalui Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif diketahui pengaruh langsung memiliki nilai sebesar 0,837 (b2). Sedangkan pengaruh tidak langsung Variabel Diskon Harga Makanan melalui Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif adalah perkalian antara nilai beta (Diskon Harga Makanan terhadap Gaya Hidup) dengan nilai beta (Gaya Hidup dengan Pola Konsumtif) yaitu : 0,440 (b4) x 0,229 (b5) = 0,100. Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0,837 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,100 maka memiliki arti bahwa Diskon Harga Makanan melalui Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Variabel Pola Konsumtif.

### Uji Sobel

Penerapan Uji sobel diketahui untuk mencari hubungan tidak langsung antara variable Layanan Grab food terhadap Pola Konsumtif melalui Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening dan Diskon Harga Makanan terhadap Pola Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening. Uji Sobel menggunakan rumus untuk menghitung nilai statistik (biasanya nilai z) yang kemudian dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya, 0.05) untuk menentukan apakah pengaruh tidak langsung tersebut signifikan secara statistic. Apabila nilai dari rumus uji sobel lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh positif signifikan secara tidak langsung melalui Variabel Gaya Hidup. Rumus :

Penerapan metode sobel dengan memakai gambar sbb :

**Gambar 4 : Penerapan metode sobel**



$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dan rumus t hitung adalah  $t = ab/s$  ab dengan rincian X1 dan X2 terhadap Z merupakan jalur (a) sedangkan Z terhadap Y merupakan jalur (b)

**2. Hasil Analisis Jalur dan penerapan Uji Sobel**

- a) Berdasarkan Tabel Coefficient dalam kolom Standardized, diperoleh hasil dari (b1) Pengaruh Layanan Grab Food Terhadap Pola Konsumtif sebesar 0,740 dengan nilai signifikansi Variabel X1 yang telah diperoleh sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung Variabel Layanan Grab Food (X1) berpengaruh Positif signifikan terhadap Variabel Pola Konsumtif (Y) dengan demikian , Hipotesis Ha diterima
- b) Berdasarkan Tabel Coefficient dalam kolom Standardized, diperoleh hasil dari (b2) Diskon Harga Makanan Terhadap Pola Konsumtif sebesar 0,837 signifikansi Variabel X1 yang telah diperoleh sebesar  $0,025 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung Variabel Diskon Harga Makanan (X2) berpengaruh Positif signifikan terhadap Variabel Gaya Hidup (Z). Demikian hipotesis Ha diterima
- c) Berdasarkan Tabel Coefficient dalam kolom Standardized, diperoleh hasil dari (b5) Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif sebesar 0,229 dengan nilai signifikansi Variabel Z yang telah diperoleh sebesar  $0,026 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung Variabel Gaya Hidup (Z) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Pola Konsumtif (Y). Dengan demikian, maka hipotesis Ha Diterima
- d) Untuk mengukur pengaruh tidak langsung, dengan jalan mengalikan antara nilai Standardized b3xb5 (0,323x0,229) diperoleh hasil dari perkalian sebesar 0,073. Untuk mengukur signifikansi pengaruh tidak langsung antara Variabel X1 terhadap Y dengan Z sebagai variable Intervening melalui metode sobel :

Uji Sobel X1- Z- Y

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$\begin{aligned}
 &= \sqrt{(0,229)^2 (0,025)^2 + (0,32)^2 (0,00)^2 + (0,025)^2 (0,00)^2} \\
 &= \sqrt{(0,052) (0,00) + (0,104 (0,00) + (0,00) (0,00))} \\
 &= \sqrt{0,00 + 0,00} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

Selanjutnya dimasukan ke rumus t-hitung =  $ab/Sab = 0,073/0 =$  tak terhingga dengan batasan t table 1,64

Dengan demikian X1 terhadap Y melalui Z ada pengaruh tidak langsung positif signifikan karena nilai signifikansinya (sab) sebesar  $0,00 < 0,05$ . Dan t - hitung tak terhingga  $> 1,64$ . Dengan demikian Ha diterima

Dengan demikian ada pengaruh secara tidak langsung positif signifikan X1 terhadap Y melalui Z secara signifikan karena nilai signifikansinya (sab) sebesar  $0,00 < 0,05$ . Dengan demikian, maka Hipotesis Ha diterima

- e) Berdasarkan Tabel Coefficient dalam kolom Standardized, diperoleh hasil dari (b2) diperoleh nilai sebesar 0,837 dengan nilai signifikansi Variabel X2 yang telah diperoleh sebesar  $0,03 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung Variabel Diskon Harga Makanan (X2) berpengaruh Positif signifikan terhadap Variabel Pola Konsumtif (Y). Dengan demikian, maka hipotesis Ha diterima
- f) Berdasarkan Tabel Coefficient dalam kolom Standardized, diperoleh hasil dari (b4) diperoleh nilai sebesar 0,440 nilai signifikansi Variabel X2 yang telah diperoleh sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung Variabel Diskon Harga Makanan (X2) berpengaruh Positif signifikan terhadap Variabel Gaya Hidup (Z). Dengan demikian, maka hipotesis Ha diterima.
- g) Untuk mengukur pengaruh tidak langsung, dengan jalan mengalikan antara nilai Standardized  $b_4 \times b_5$  ( $0,440 \times 0,229$ ) diperoleh hasil dari perkalian sebesar 0,100. Untuk mengukur signifikansi pengaruh tidak langsung antara Variabel X2 terhadap Y dengan melalui Z sebagai variable Intervening melalui metode sobel :

Uji Sobel (X2 - Z - Y)

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$\begin{aligned}
 &= \sqrt{(0,229)^2 (0,025)^2 + (0,32)^2 (0,00)^2 + (0,025)^2 (0,00)^2} \\
 &= \sqrt{(0,052) (0,00) + (0,104 (0,00) + (0,00) (0,00))} \\
 &= \sqrt{0,00 + 0,00} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

Selanjutnya dimasukan ke rumus t-hitung =  $ab/Sab = 0,10/0 =$  (Imaginer ) tak terhingga dengan Batasan t table 1,64

Dengan demikian X2 terhadap Y melalui Z ada pengaruh tidak langsung positif signifikan karena nilai signifikansinya (sab) sebesar  $0,00 < 0,05$ . Dan nilai t hitung tak terhingga  $> 1,64$  Dengan demikian  $H_a$  diterima

**Tabel 14 : Kesimpulan Hipotesis Pengaruh Langsung**

Hipotesis	jalur	Koefisien	t- value	sig	kesimpulan
H1	X1 - Z	0,323	2,269	0,025	diterima
H2	X2 - Z	0,440	3,096	0,003	diterima
H3	X1 - Y	0,740	2,269	0,00	diterima
H4	X2 - Y	0,873	3,696	0,00	diterima
H5	Z- Y	0,229	3,637	0,00	diterima

Sumber : SPSS 25 dan diolah

**Tabel 15 : Kesimpulan Hipotesis Pengaruh tidak langsung**

Hipotesis	Jalur tidak langsung	Koefisien	Sig.	Kesimpulan
H6	X1-Z-Y	0,073	0,00	diterima
H7	X2-Z-Y	0,1	0,00	diterima

Sumber : SPSS 25 dan diolah

### 3. Asosiatif Komparatif

- a) Membandingkan pengaruh langsung antara (b1) Variabel X1 terhadap Y dengan pengaruh tidak langsung dari (b3xb5) Variabel X1 terhadap Y melalui Z. Berdasarkan tabel dari analisis jalur pengaruh langsung X1 terhadap Y (b1) sebesar  $0,740 >$  pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z sebesar  $0,073$ , dengan demikian variable Z sebagai variable Intervening tidak efektif sebagai variable intervening
- b) Membandingkan pengaruh langsung antara (b2) Variabel X2 terhadap Y dengan pengaruh tidak langsung dari (b4xb5) Variabel X2 terhadap Y melalui Z. Berdasarkan dari tabel analisis jalur diatas, pengaruh laangsung X2 terhadap Y (b2) sebesar  $0,837 >$  pengaruh tidak langsung X2 terhadap Y melalui Z sebesar  $0,100$ . Dengan demikian variable Z sebagai variable Intervening tidak efektif
- c) Mebandingkan jumlah total (pengaruh langsung dan tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z)  $(b1+(b3xb5))$  dan (pengaruh langsung dan tidak langsung X2 terhadap Y melalui Z)  $(b2 +b4xb5)$ . Berdasarkan tabel analisis jalur diatas, maka jumlah total X1 terhadap Y dengan Z  $(0,813) >$  dari jumlah total X2 terhadap Y melalui Z  $(0,937)$ . Dengan demikian jumlah total X2 lebih besar daripada X1

#### PEMBAHASAN

- a. Layanan Grab Food (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Pola konsumtif (Y) Masyarakat Tulungagung. Arti pengaruh positif adalah semakin tinggi Tingkat layanan Grab Food terhadap konsumen, maka semakin tinggi pula pola konsumtif mereka. Arti signifikan adalah pengaruh positif pada sampel akan berlaku pula pengaruh positif pada populasi.
- b. Layanan Grab Food (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variable Gaya Hidup (Z). Semakin bagus layanan Grab food, maka akan menaikkan gaya hidup konsumen.
- c. Gaya Hidup (Z) yang menjadi variabel intervening pada penelitian ini memberikan dampak positif yang signifikan pola konsumtif konsumen (Y). Seseorang yang memiliki gaya hidup yang glamor, suka maka di kuliner-kuliner akan menjadikan pola konsumtif, suka jajan. .
- d. Dengan demikian Gaya hidup tidak efektif sebagai variabel mediasi intervening antara layanan grab food terhadap pola konsumtif karena nilai pengaruhnya lebih kecil dari pengaruh langsung (misalnya, sibuk, suka praktis, suka jajan) biasanya sudah terbentuk sebelum atau bersamaan dengan penggunaan Grab Food. Penggunaan Grab Food mungkin mencerminkan atau memperkuat gaya hidup tertentu, tetapi bukan menjadi jembatan yang melalui mana layanan GrabFood bekerja untuk mengubah pola konsumtif. Gaya hidup adalah konstruksi yang lebih luas dan relatif stabil, terbentuk dari berbagai faktor (budaya, sosial, ekonomi, nilai-nilai pribadi).
- e. Diskon Harga Makanan (X2) berpengaruh langsung positif signifikan terhadap Pola Konsumtif (Y) Masyarakat Tulungagung. Pengaruh positif pada variabel diskon harga makanan, artinya semakin banyak diskon yang diberikan oleh pihak grab food maka, akan membentuk pola konsumtif Masyarakat untuk membeli secara rutin .
- f. Variabel Diskon Harga Makanan (X2) terhadap Gaya Hidup (Z) berpengaruh positif signifikan. Semakin banyak diskon harga makanan yang diberikan, maka akan meningkatkan gaya hidup konsumen
- g. Dengan demikian Gaya hidup (Z) tidak efektif sebagai variabel mediasi intervening antara diskon harga makanan (X2) terhadap pola konsumtif (Y) karena nilai pengaruhnya lebih kecil dari pengaruh langsung.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil semua penelitian dan hasilnya, diketahui bahwa pengaruh langsung dan tidak langsung memiliki pengaruh positif signifikan. Adapun dari hasil Asosiatif Komparatif, pengaruh langsung antara Layanan Grab Food terhadap Pola Konsumtif memiliki pengaruh lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung Layanan Grab Food terhadap Pola Konsumtif melalui Gaya Hidup. Dengan demikian variable Gaya Hidup tidak dapat menjadi variable intervening. Uji Asosiatif Komparatif pengaruh langsung antara Diskon Harga Makanan terhadap Pola Konsumtif memiliki pengaruh lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung Diskon

Harga Makanan terhadap Pola Konsumtif melalui Gaya Hidup. Dengan demikian variable Gaya Hidup tidak dapat menjadi variable intervening. hasil uraian asosiatif komparatif jumlah total pengaruh langsung dan tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z lebih kecil daripada jumlah total pengaruh langsung dan tidak langsung X 2 terhadap Y melalui Z

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Ranti Tri, and Fauzan Heru Santhoso. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (2019): 131.  
<https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Embun Febryanti Panggabean, Hesty Ananta Yunas, Taufiqurrahman Taufiqurrahman, and
- Nurbaiti Nurbaiti. "Perkembangan Teknologi E-Business Terhadap Globalisasi Modern Pada Saat Ini." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 1 (December 11, 2023): 132–39. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i1.284>.
- Hardianto, Erlangga, Afrian Ardiansyah, and Happy Jonathan. "Penggunaan E-Commerce DiKalangan Mahasiswa Berdampak Pada Perilaku Konsumtif Dan Hedonisme," 2022, 516–25.
- Ronaria Elisabeth Buaton, Anak Agung Istri Istadewanti, Ariftra Rahmawati, Ayat Tulloh Rahulloh Khomeini, and Nur Aini Rakhmawati. "Pengaruh Layanan Online Food Delivery Grab Food Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Tinggal Di Kos." *Jurnal Bisnis Terapan* 7, no. 2 (2023): 128–42. <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5963>.
- Salma Egita Fitri Subagyo, and Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto." *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 14, no. 1 (2021): 26–39. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.342>.
- Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 4 (2020): 1417. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>.
- Stefani, Megah, and Nida Layalia. "Hubungan Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan Terhadap Risiko Obesitas Pada Mahasiswa Di Daerah Jabodetabek The Relationship between the Use of Food Delivery Applications and the Risk of Obesity among Collage Students in the Jabodetabek Area" 7, no. 2 (2023): 155–63. <https://doi.org/10.20473/amnt.v7i2SP.2023.15>.
- Umami, Elyza; Puteh, Anwar; Saifullah, T. "Pengaruh Harga Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam." *Joses: Journal of Sharia Economics Scholar* 1, no. 2 (2023): 12.
- Veri atmiko, and Lativa Hartiningtyas. "Pengaruh, Harga, Rasa Dan Promosi Terhadap Peningkatacm . mK hn y7bvtrg6tryugfy tn Order Grab Merchant." *EKOMA* :

Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi 1, no. 2 (2022): 296–305.  
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.479>.

Yunus, Muhammad, and Mohamad Anton Athoillah. "Konsepsi Dasar Ekonomi Mikro Berbasis Paradigmatik Hukum Ekonomi Syariah." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2023): 772–88.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3591>.