

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Layanan Grab Food Dan Diskon Harga Makanan Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Tulungagung dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening” ini ditulis oleh Adhimas Priyoga, pembimbing Ali Mauludi AC.

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

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 dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Tulungagung yang menjadi pengguna GrabFood. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan aplikasi SPSS.25 sebagai alat untuk menghitung seberapa pengaruh Variabel Dependent dan Variabel Independen. Variabel layanan GrabFood (kemudahan, kecepatan, variasi pilihan), diskon harga makanan (persentase diskon, frekuensi diskon), dan pola konsumtif (frekuensi pembelian, jenis makanan yang dibeli, pengeluaran) akan diukur. Sementara itu, gaya hidup akan diukur sebagai variabel intervening yang mencakup aspek seperti kenyamanan, tren, dan citra diri.

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. emuan 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.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Grab Food Services and Food Price Discounts on Consumption Patterns of the Tulungagung Community with Lifestyle as an Intervening Variable" was written by Adhimas Priyoga, supervisor Ali Mauludi AC.

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

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 research method uses a quantitative approach by distributing questionnaires to the Tulungagung community who are GrabFood users. The collected data is then processed using the SPSS.25 application as a tool to calculate the influence of the Dependent Variable and Independent Variable. GrabFood service variables (ease, speed, variety of choices), food price discounts (discount percentage, discount frequency), and consumer patterns (purchase frequency, types of food purchased, spending) will be measured. Meanwhile, lifestyle will be measured as an intervening variable that includes aspects such as convenience, trends, and self-image.

The results of this study indicate that (1) Grab Food services have a significant positive effect on consumer patterns, (2) Grab Food services have a significant positive effect on lifestyle, (3) lifestyle has a significant positive effect on consumer patterns, (4) Grab Food services through lifestyle do not have a significant effect on consumer patterns, (5) Food price discounts have a significant positive effect on consumer patterns, (6) Food price discounts have a significant positive effect on lifestyle, (7) Food price discounts through lifestyle do not have a significant effect on consumer patterns. These findings will be useful for GrabFood service providers in developing more effective marketing strategies, for culinary business actors in understanding consumer preferences, and for local governments in formulating policies related to the digital economy and consumer behavior.