

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

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 sector 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. <sup>2</sup>

Dengan internet semua negara terhubung dan saling tersambung dengan internet, Komunikasi global antar negara dalam bidang bisnis pun semakin lancer, cepat dan efisien. E-mail, situs *World Wide Web* (www.com), dan pelayanan internet lainnya, mengakibatkan penyebaran informasi skala internasional menjadi lebih cepat, murah dan mudah. Hal ini memberi keuntungan strategi bisnis dalam meningkatkan penghematan

---

<sup>2</sup> Oviliani Yenty Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 2, no. 1 (2000): 36–52.

dan efisiensi komunikasi global, dan mampu untuk menjangkau, menjual, serta pengembangan pelayanan pasar konsumen internasional.

Dunia bisnis telah muncul berbagai inovasi-inovasi yang terbaru guna mendukung perkembangan bisnis semakin pesat, mudah, efisien dan menjangkau semua kalangan atau menjangkau pasar yang lebih luas. 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.<sup>3</sup>

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

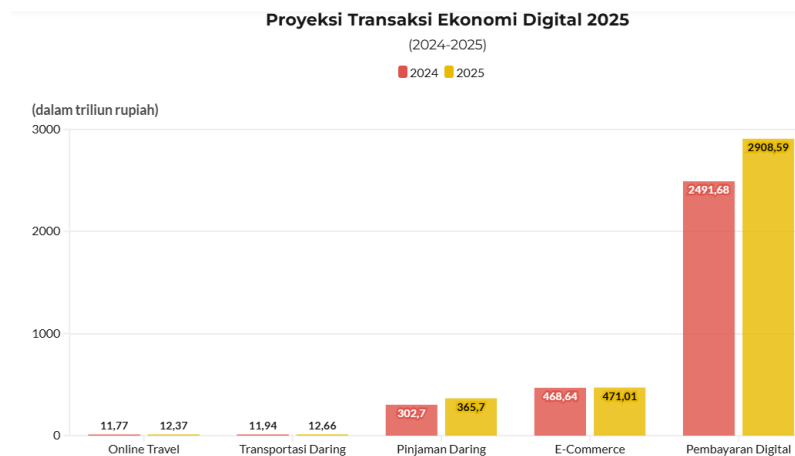
---

<sup>3</sup> Embun Febryanti Panggabean.Dkk, "Perkembangan Teknologi E-Business Terhadap Globalisasi Modern Pada Saat Ini". *Jurnal Manajemen dan Kreatif*. No.1, Vol. 3. Hlm 132-139

pakaian dan makanan.<sup>4</sup>

Menurut data proyeksi Bank Indonesia (BI) Transaksi e-commerce di Indonesia cenderung mengalami kenaikan. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, nilainya mencapai Rp512 Triliun pada tahun 2024, jumlah itu lebih besar dari proyeksi Bank Indonesia (BI) yang sebesar Rp 487 Triliun. Dalam laporan tersebut menunjukkan juga bahwa e-commerce menjadi salah satu dari sector utama penyumbang ekonomi digital Indonesia dalam media transaksi, nilainya diperkirakan mencapai RP471,01 Triliun pada tahun 2025 atau meningkat 0,51 persen dari tahun sebelumnya. Potensi pertumbuhan e-commerce Indonesia diperkirakan sebesar 65,65 Juta pengguna E-commerce.<sup>5</sup>

Gambar. 1



<sup>4</sup> Sukma Nugraha and Dini Nuraeni, “Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce,” n.d., 181–91.

<sup>5</sup> Ahmad Firmansyah, “Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia Overview Of Implementation Constraints Of E-Commerce In Indonesia,” *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi* 8, no. 2 (2017): 127–36

Dapat dilihat pada diagram di atas, bahwa kehadiran e-commerce sangat mempengaruhi ekonomi Indonesia. Pada diagram di atas Proyeksi Transaksi Ekonomin Digital tahun 2024 sebesar 468 Triliun, dan di tahun 2025 mengalami kenaikan sebesar 471 Triliun. Hal tersebut membuktikan E-commerce sangat berkembang pesat di era modern ini. Jumlah ini diperkirakan naik 11,2 Persen secara tahunan menjadi 7,4 Juta pengguna pada 2025. Angkanya pun diperkirakan terus meningkat. Selain itu factor kemudahan dalam berbelanja, memilih produk yang di inginkan, kemudahan bertransaksi, serta banyak nya promosi harga atau diskon harga yang sangat tinggi pula tingkat pangsa pasar dari platform e-commerce ini. <sup>6</sup>

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*. Layanan Grab Food di Indonesia saat ini dapat merubah kebiasaan orang indonesia yang awalnya membeli makanan secara langsung menjadi membeli makanan secara online. Grab merupakan platform e-commerec yang menyediakan dan menawarkan layanan moda transportasi ojek online, yang mana aplikasi Grab ini didapat dengan mengunduh aplikasi dii google play store yang ada di smartphone. <sup>7</sup>

Grab merupakan platform trnsportasi ojek online yang berasal dari

---

<sup>6</sup> Y. L.R Rehatalanit, "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis," *Jurnal TeknologiIndustri* 5, no. 0 (2021): 62–69, <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>.

<sup>7</sup> Veri atmiko and Lativa Hartiningtyas, "Pengaruh, Harga, Rasa Dan Promosi Terhadap Peningkatan Order Grab Merchant," *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 296–305, <https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.479>.

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.<sup>8</sup>

Layanan Grab Food sendiri menjadi sebuah trend global, sama halnya dengan Online Shop lainnya seperti Shoope, Lazada, dll yang menawarkan berbagai kemudahan berbelanja, kemudahan transaksi, efisiensi waktu dan juga efisiensi tenaga. Mekanisme di dalam layanan pada aplikasi Grab pengguna membuka fitur Grab-Food sehingga keluar daftar rumah makan dan restoran serta harga makanan yang kemudian pengguna dapat memilih menu makanan yang ingin dipesan, setelah itu pihak driver membeli dan mengantar makanan kepada pengguna, kemudian pengguna membayar harga makanan bisa secara tunai maupun non-tunai.<sup>9</sup>

Mekanisme di dalam layanan pada aplikasi Grab pengguna membuka fitur Grab-Food sehingga keluar daftar rumah makan dan restoran serta harga

---

<sup>8</sup> Wanda Aisyah Zahra, "Peran Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Commerce Dalam Mendorong Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z ( Studi Literature Review )" 2, no. 2021 (2024): 188–93.

<sup>9</sup> Stevanus Sembiring and . Suhardi, "Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grabfood Di Kota Batam," *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)* 6, no. 1 (2024): 37–50, <https://doi.org/10.32493/fb.v6i1.2024.37-50.35265>.

makanan yang kemudian pengguna dapat memilih menu makanan yang ingin dipesan, setelah itu pihak driver membeli dan mengantar makanan kepada pengguna kemudian pengguna membayar harga makanan bisa secara tunai maupun non-tunai. Dengan kemudahan tersebut akan semakin banyak pengguna atau konsumen yang sering memesan makan lewat grabfood, tidak terkecuali masyarakat di Kabupaten Tulungagung.<sup>10</sup>

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.<sup>11</sup>

Diskon harga adalah Diskon bentuk promosi penjualan yang sederhana dikarenakan hanya berupa pengurangan harga produk yang bersifat sementara. Strategi tersebut bertujuan untuk mendongkrak penjualan produk dalam periode waktu tertentu. Pada saat ini diskon banyak ditemukan

---

<sup>10</sup> Dewi Dan Yulianthini, "Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Grabfood Pada Masa Pandemi Covid-19" Vol 6, no. 1 (2024): 1–9.

<sup>11</sup> Kapriani Kapriani and Ibrahim Ibrahim, "Analisis Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food Pada Masa Pandemi" 5, no. 2 (n.d.): 395–403.

disetiap produk barang atau jasa yang diperdagangkan. 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 mereka inginkan, salah satunya pada konsumen di Kabupaten Tulungagung.

Masyarakat Tulungagung saat ini cukup banyak yang menggunakan jasa layanan Grab Food, terlebih di saat jam-jam malam dikarenakan lebih efisien waktu, dan hemat tenaga, namun dengan demikian karena kemudahan tersebut, masyarakat menjadi mengandalkan layanan Grab Food ini, adapun dari mereka membeli makanan karena tidak memasak, membeli camilan, atau membeli makanan yang sedang dalam trend namun tidak ingin keluar rumah untuk membeli makanan tersebut, sehingga mereka memanfaatkan layanan grab food ini. 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, tidak terkecuali masyarakat Tulungagung.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Endhar Widjaya, Putra Srikandi, and Kumadji Edy Yulianto, "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian," *Jurnal Administrasi Bisnis* 38, no. 2 (2016): 184–93.

Konsumtif adalah kebutuhan manusia dalam bentuk pengeluaran individu/kelompok untuk memenuhi kebutuhan dasar dan kepuasannya baik dalam bentuk benda maupun jasa yang sifatnya terealisasi sebagai kebutuhan primer dan sekunder. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri telah menjadi bagian berasal proses gaya hidup perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah serta berlebihan. Penggunaan segala hal yang disebut paling mahal, yang menyampaikan kepuasan dan ketenangan fisik sebesar besarnya dan adanya pola hidup insan yang dikendalikan dan didorong oleh seluruh hasrat buat memenuhi harapan harapan serta kesenangan semata-mata. sikap konsumtif pada tandai menggunakan Tindakan membeli barang-barang yg masih belum dibutuhkan dalam kehidupan sehari hari melainkan membeli hanya sesuai ekspresi atau hanya sebatas keinginan bukan kebutuhan.<sup>13</sup>

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, dan juga menyebabkan bertambahnya pengeluaran, hal tersebut

---

<sup>13</sup> Erlangga Hardianto, Afrian Ardiansyah, and Happy Jonathan, "Penggunaan E-Commerce Di Kalangan Mahasiswa Berdampak Pada Perilaku Konsumtif Dan Hedonisme," 2022, 516–25.

dapat merubah gaya hidup masyarakat Tulungagung.

Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Perkembangan teknologi saat ini telah memicu banyak perubahan pada pola belanja konsumen yang awalnya melakukan aktivitas jual beli secara langsung kini menjadi penjualan secara online. dalam Islam hal tersebut merupakan hal yang akan mubadzir, karena mereka membeli barang tersebut hanya untuk mengikuti trend saja dan bukan dengan alasan bahwa mereka benar-benar membutuhkannya. Islam tidak membenarkan membelanjakan uang dengan melebihi batas kewajaran.<sup>14</sup>

Perilaku konsumtif masyarakat yang mulai terbiasa lama kelamaan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Salah satu 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*. Layanan Grab Food di Indonesia saat ini dapat merubah kebiasaan orang indonesia yang awalnya membeli makanan secara langsung menjadi membeli makanan secara online.

Perilaku konsumtif masyarakat yang dapat muncul dari keberadaan

---

<sup>14</sup> A. Noorah Mujahidah, "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar)," *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 2020, 4, <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>.

jasa layanan grab food ini juga bisa di dasari dari perilaku atau gaya hidup setiap individu dan masyarakat.gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda. gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, bagaimana memanfaatkan waktunya serta kepribadian lebih merujuk pada karakteristik internal. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang mempunyai ketertarikan dengan aktivitas, minat dan opininya untuk mengatur dan merefleksikan status sosialnya. semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan begitu pula sebaliknya, bila gaya hidupnya rendah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. <sup>15</sup>

Meskipun sudah banyak penelitian mengenai dampak layanan pesan antar makanan online, namun masih terbatas penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif masyarakat dari perspektifekonomi Islam,terutama didaerah seperti Kabupaten Tulungagung. Oleh karena itu penulis sangat tertarik meneliti topik permasalahan “Pengaruh Jasa Layanan Pesan Antar Makanan Online Grab Food dan Diskon Harga Makanan Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Denag Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Tulungagung”.

---

<sup>15</sup> Yarian Alamanda, " Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif ", Jurnal PsikoBorneo, Vol 6, No 2, 2018:273-279

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan judul penelitian " Pengaruh Layanan Pesan Antar Makanan Online Grab Food, Dan Diskon Harga Makanan Terhadap Pola Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Tulungagung ", beberapa masalah utama yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Adanya fenomena peningkatan penggunaan layanan pesan antar makanan online, khususnya GrabFood. Hal ini menunjukkan pergeseran perilaku konsumen dalam memperoleh makanan. Namun, belum jelas sejauh mana penggunaan layanan ini berdampak pada pola konsumtif masyarakat Tulungagung.
2. Diskon harga makanan menjadi strategi promosi yang sering digunakan oleh penyedia layanan pesan antar makanan. Meskipun diskon menarik konsumen, belum teridentifikasi secara jelas apakah diskon ini benar-benar memengaruhi pola konsumtif masyarakat secara signifikan.
3. Munculnya kekhawatiran tentang pola konsumtif yang mungkin menjadi tidak sehat atau boros. Pergeseran ke arah konsumsi makanan siap saji atau yang dipesan secara online dapat berdampak pada aspek ekonomi rumah tangga dan bahkan kesehatan. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi sejauh mana GrabFood dan diskon harga berkontribusi pada perubahan pola konsumtif ini.

Konteks Kabupaten Tulungagung sebagai lokasi penelitian penting untuk digarisbawahi. Meskipun fenomena GrabFood dan diskon harga bersifat global, dampak dan interaksi dengan gaya hidup lokal mungkin memiliki karakteristik unik yang perlu diidentifikasi. Secara keseluruhan, masalah penelitian ini berpusat pada pemahaman mendalam tentang bagaimana faktor-faktor eksternal (layanan pesan antar dan diskon) berinteraksi dengan faktor internal (gaya hidup) untuk membentuk pola konsumtif masyarakat di Tulungagung, yang berpotensi memiliki implikasi sosial dan ekonomi.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini dapat diformulasikan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Layanan Pesan Antar Makanan Online Grab Food berpengaruh terhadap Gaya Hidup?
2. Apakah Diskon Harga Makanan Berpengaruh terhadap Gaya Hidup?
3. Apakah Layanan Pesan Antar Makanan Online Grab Food berpengaruh terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Tulungagung?
4. Apakah Diskon Harga Makanan berpengaruh terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Tulungagung?
5. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Tulungagung?
6. Apakah Layanan Pesan Antar Makanan berpengaruh terhadap Pola

Konsumtif Masyarakat dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening?

7. Apakah Diskon Harga Makanan berpengaruh terhadap Pola Konsumtif Masyarakat dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian mengenai kajian yang akan dibahas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Jasa Layanan Pemesanan Makanan Online Grab food terhadap Gaya Hidup.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Diskon Harga Terhadap Gaya Hidup.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Layanan Grab Food terhadap Pola Konsumtif Masyarakat.
4. Untuk mengetahui Diskon Harga Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat .
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat.
6. Untuk mengetahui Pengaruh Jasa Layanan Grab Food Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening.
7. Untuk Mengetahui Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening.

## **E. Manfaat Penelitian**

Berikut uraian manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah informasi mengenai Pengaruh Jasa Layanan Pemesanan Makanan Online GrabFood Dan Diskon Harga Makanan terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Kabupaten Tulungagung.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini diharapkan memiliki peran penting bagi pemerintah guna mengetahui bahwa layanan grabfood ini memiliki kontribusi penting bagi perekonomian, selain itu juga dapat memantau bagaimana pengaruh diskon harga dan jasa layanan grabfood ini dapat merubah kebiasaan masyarakat dan pola konsumtif masyarakat.

#### **b. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan wawasan baru yang didapatkan selama penelitian dan penyusunan naskah ini tentang informasi Pengaruh Layanan Grab Food dan Diskon Harga Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat.

#### **c. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan atau data pembandingan dalam penelitian selanjutnya atau untuk permasalahan

yang berkaitan dengan penelitian Grab Food dan pengaruhnya terhadap Pola Konsumtif Masyarakat.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada variable X (Independen) terhadap variable Y (Dependent) dan variabel Z sebagai intervening Variabel X yang dimaksud adalah Jasa Layanan Pemesanan Makanan Online Grab Food sebagai X1 dan Diskon Harga sebagai X2. Variabel Z gaya Hidup, Sedangkan variable Y adalah Pola Konsumtif.

### **2. Keterbatasan**

Keterbatasan digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah yang bertujuan agar Penelitian tersebut lebih terarah dan mempermudah dalam pembahasan Adapun batas masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden dari pengguna jasa layanan grabfood dan diskon harga makanan pada aplikasi grab
- b. Banyak variabel lain yang mungkin dapat dipengaruhi oleh Jasa Layanan Grab Food, harga diskon makanan selain pola konsumtif, namun penelitian ini hanya berfokus terhadap variable Layanan Grab Food, Diskon Harga Makanan, dan Pola Konsumtif Masyarakat.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Berkaitan dengan judul penelitian, diperlukan penjelasan lebih lanjut tentang penegasan istilah-istilah agar tidak terjadi penafsiran yang tidak diinginkan, berikut penjelasan mengenai istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini :

#### **a) Layanan Grab Food**

Layanan Grab Food yaitu layanan delivery makanan dan minuman yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan makanan dan minuman yang mereka inginkan tanpa pergi ke resto atau lama menunggu antrian. Konsumen bisa memesan makanan yang mereka inginkan melalui aplikasi Grab yang bisa diunduh di play store untuk perangkat Android dan appstore untuk perangkat IOS.<sup>16</sup>

#### **b) Diskon Harga Makanan**

Program Diskon Makanan merupakan salah satu strategi harga yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Potongan harga/diskon merupakan pengurangan dari harga yang ada.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Pengaruh Kualitas et al., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1 (2022): 70–83, <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>.

<sup>17</sup> Kapriani and Ibrahim, “Analisis Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food Pada Masa Pandemi.”

### c) Pola Konsumtif

Konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan Gaya Hidup

### d) Gaya Hidup

Gaya hidup secara umum dipahami sebagai prosedur atau kebiasaan pribadi yang unik dari seseorang individu. Pendekatan psikologis yang mengkaji manusia sebagai individu menempatkan gaya hidupnya seolah-olah hanya gejala individu mengabaikan pengaruh social dan budaya yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan ini.<sup>18</sup>

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara nyata dan riil dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah ada pengaruh Layanan Grab Food dan Diskon Harga Makanan Terhadap Pola Konsumtif Masyarakat Di Kabupaten Tulungagung Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening .

---

<sup>18</sup> Pengaruh Gaya Hidup et al., "The Influence Of Lifestyle , Consumer Behavior , And Customer Experience On Online Purchasing Decisions At Shopee On Students Of The Faculty Of Pengunjung Platform Shopee" 13, No. 1 (2025): 195–205.

## H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu :

1. Bagian Awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
2. Bagian Utama, merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab sebagai berikut :
  - a. Bab 2 Landasan Teori, Pada bab ini berisi mengenai teori yang mendukung penelitian ini diawali dengan grand theory yang menjadi landasan utama materi dalam penelitian ini, selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.
  - b. Bab 2 Landasan Teori, Pada bab ini berisi mengenai teori yang mendukung penelitian ini diawali dengan grand theory yang menjadi landasan utama materi dalam penelitian ini, selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.
  - c. Bab 3 Metode Penelitian, Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, dan analisis data.

- d. Bab 4 Hasil Penelitian, Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis)
  - e. Bab 5 Pembahasan, Pada bab ini berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.
  - f. Penutup, Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi.
3. Bagian Akhir, terdiri dari daftar Pustaka, (lampiran-lampiran), surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar hidup.