

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bidang teknologi akan selalu mengalami kemajuan seiring dengan berkembangnya kehidupan manusia, yang berorientasi agar segala sesuatu kedepannya menjadi lebih baik. Manusia akan terus mengembangkan teknologi menjadi lebih sempurna dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup yang juga mengalami perkembangan.¹ Perkembangan teknologi ini juga memiliki andil dalam memunculkan berbagai macam pilihan produk dan jasa. Salah satu perkembangan teknologi di bidang jasa yaitu adanya jasa pesan antar makanan secara *online* melalui suatu aplikasi. Adanya jasa tersebut berjuan untuk mempermudah aktivitas pembelian makanan masyarakat, karena pemesanan makanan dapat dilakukan secara *online* serta pengambilan pesannya diantarkan oleh *driver*.

Perkembangan pada bidang teknologi memberikan dampak positif seperti kemudahan dalam melakukan suatu aktivitas. Kemudahan tersebut menimbulkan adanya perubahan gaya hidup pada masyarakat, dimana masyarakat memilih cara yang lebih mudah, cepat dan praktis dalam melakukan aktivitasnya. Aplikasi ojek *online* merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang jasa yang diantaranya yaitu Maxim, Gojek dan Grab. Ketiga aplikasi tersebut tidak hanya menyediakan jasa ojek, namun juga layanan pesan antar makanan dimana konsumen tidak perlu bersusah payan

¹ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika Dan Komunikasi Data*, Cetakan Pertama. (Yogyakarta: Deepublish publisher, CV. Budi Utama, 2019), 6.

untuk pergi dan mengantri di tempat pembelian makanan tersebut sehingga konsumen dapat melakukan aktivitas lain seperti bekerja, belajar, dan berbagai lainnya sembari menunggu datangnya makanan yang dipesan. Selain itu juga terdapat layanan pesan antar makanan *online* lainnya yaitu Shopee Food yang merupakan salah satu layanan dari aplikasi *marketplace* Shopee.

Adanya beberapa pilihan aplikasi yang menawarkan layanan pesan antar makanan *online* menimbulkan persaingan antar penyedia jasa tersebut. Agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor, perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasanya pada konsumen.² Penyedia jasa bersaing dengan memberikan fitur-fitur yang memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan hingga pemberian diskon melalui promo yang diberikan untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa aplikasi tersebut. Dengan berbagai pilihan jasa dengan keunggulan layanannya masing-masing tersebut, konsumen akan mencari tahu baik melalui media internet maupun ke beberapa orang yang mereka kenal berdasarkan pengalaman beberapa orang tersebut dalam menggunakan aplikasi jasa pesan antar makanan *online*. Sehingga konsumen dapat memutuskan untuk menggunakan aplikasi jasa pesan antar makanan *online* yang sesuai.

Menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat karakteristik pembeli antara lain seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor

² Zuraidah Zuraidah and Angelia Nesma Yunika Putri, "Pengaruh Kuallitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (December 1, 2020): 67.

psikologi.³ Faktor kebudayaan merupakan sekumpulan nilai dasar yang terdapat disuatu tempat dan dapat mempengaruhi perilaku individu yang terdiri dari budaya; subbudaya; dan kelas sosial. Faktor sosial merupakan suatu kondisi yang dapat mempengaruhi perilaku individu melalui interaksi secara langsung seperti kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi merupakan suatu kondisi dimana perilaku individu ditentukan oleh karakteristik pada diri individu tersebut, yang terdiri dari usia; pekerjaan; kepribadian dan konsep diri; gaya hidup; dan situasi ekonomi. Faktor psikologis merupakan suatu kondisi yang dapat mempengaruhi perilaku individu melalui mental dan emosional, yang terdiri dari motivasi; persepsi; pembelajaran; kepercayaan dan sikap.⁴

Teori tersebut dibuktikan dengan beberapa penelitian diantaranya yaitu penelitian dengan judul *“Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Pekanbaru”*, dengan hasil penelitian yang menyatakan gaya hidup konsumen dan kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.⁵ Sedangkan dalam penelitian *“Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana)”* menghasilkan temuan bahwa gaya hidup tidak mempengaruhi keputusan pembelian.⁶ Kemudian penelitian dengan judul *“Pengaruh*

³ Kotler dan Armsrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Ke 9 Jilid 1. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004), 200.

⁴ Ibid, 200 – 220.

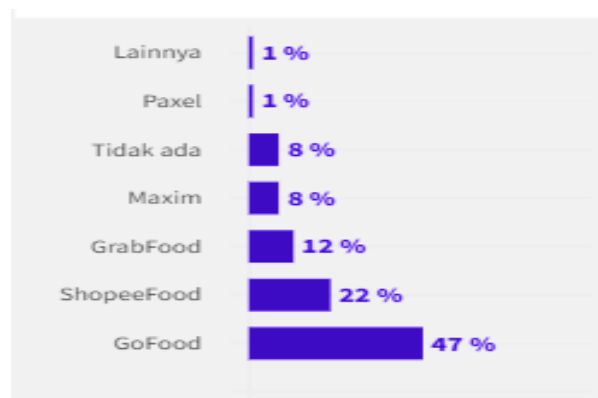
⁵ Tuti Alaviyah, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Di Pekanbaru” (Universitas Islam Riau, 2021).

⁶ Riris Dwi Mari, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana)” (Universitas Medan Area, 2022).

Kelompok Referensi, Media Sosial dan Work Of Mouth Pada Generasi Mlenial Terhadap Keputusan Pembelian”⁷ menghasilkan temuan bahwa kelompok referensi tidak mempengaruhi generasi milenial dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Good Stas yang merupakan media informasi menggunakan pendekatan data dan angka dibawah naungan Good News From Indonesia yang merupakan media digital milik PT Garuda Nyala Fajar Indonesia, menyatakan bahwa pada penelitian baru-baru ini terdapat temuan terjadinya peningkatan yang signifikan sebanyak 67% pada penggunaan layanan pesan antar makanan secara *online* di Indonesia dimana beberapa layanan pesan antar makanan yang paling banyak digunakan yaitu sebagai berikut:⁸

Gambar 1.1
Persentase Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Di Tahun 2024



Referensi: Lokadata, diakses pada 10 Januari 2025

Gambar 1.1 menunjukkan persentase penggunaan layanan aplikasi pesan antar makanan *online* di Indonesia melalui survei Lokadata, dimana

⁷ Melia Anggraini, Fitriani, and Vicky F Sanjaya, “Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial Dan Work Of Mouth Pada Generasi Mlenial Terhadap Keputusan Pembelian ,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2021): 19–25.

⁸ Willy Yashilva, “Seberapa Sering Mahasiswa Di Indonesia Order Makanan Online,” https://goodstats.id/article/seberapa-sering-mahasiswa-di-indonesia-order-makanan-online-ujq6w#google_vignette, 2024. Diakses pada 10 Januari 2025.

terdapat enam jenis aplikasi layanan pesan antar makanan *online* yaitu GoFood, ShopeeFood, GrabFood, Maxim, Paxel dan aplikasi lain yang tidak disebutkan. Berdasarkan survei Lokadata, diketahui bahwa aplikasi layanan pesan antar makanan *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024 adalah Gofood dengan persentase 47%, kemudian Shopeefood sebanyak 22%, Grabfood sebanyak 12%, Maxim 8%, tidak memilih sebanyak 8%, Paxel sebanyak 1%, dan aplikasi lainnya sebanyak 1%. Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memilih menggunakan Gofood sebagai layanan pesan antar makanan secara *online* dibandingkan dengan aplikasi lainnya.⁹ Berikut merupakan data perbandingan tiga aplikasi jasa pesan antar makanan *online* yang memiliki persentase pengguna terbanyak:

Tabel 1.1
Data Perbandingan Tiga Jasa Pesan Antar Makanan *Online* Dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia

No	Jenis Aplikasi	Fitur yang Tersedia	Metode Pembayaran
1	GoFood dari Gojek	Pengiriman Tanpa Kontak (<i>Contactless Delivery</i>), Sistem <i>Pickup</i> (ambil sendiri), Menu Keluarga atau <i>Bundle</i> , Menu Favorit, Bagikan Menu Favorit, <i>Chat</i> Pelanggan, Pencarian, Multiorder, <i>Group Order</i> , Pesanan Terjadwal, Rekomendasi Menu Andalan, Rekomendasi Resto Dengan Rating Tinggi, Rekomendasi Diskon, dan GoFood Plus.	Bayar Tunai, GoPay, Koin GoPay, Kartu debit atau kredit, Kantong Jago, GoPay Later, LinkAja

⁹ Husein Susilo, "Masyarakat Indonesia Doyan Pesan Makanan Via Food Delivery, Ini Alasannya,". <https://narasi.tv/read/narasi-daily/masyarakat-indonesia-aktif-menggunakan-jasa-food-delivery-kecepatan-dan-harga-kunci-menarik-minat-konsumen>. Diakses pada 10 januari 2025.

2	Grab Food dari Grab	Pengiriman Tanpa Kontak, Sistem <i>Pickup</i> , Multiorder, Menu Keluarga, Rekomendasi Resto Favarit, Rekomendasi Diskon, Pencarian, Pesanan Terjadwal, <i>Chat</i> Pelanggan, <i>Group order</i> dan GrabFood <i>Unlimited</i> .	Bayar Tunai, OVO, Poin OVO, Kartu debit atau kredit, Superbank, LinkAja
3	Shopee Food dari Shopee	Pengiriman Tanpa Kontak, Sistem <i>Pickup</i> , Menu <i>Bundle</i> , Rekomendasi Resto Favorit, Rekomendasi Diskon, Pencarian, Pesanan Terjadwal, Bagikan Menu Favorit, <i>Chat</i> Pelanggan, <i>Group order</i> , dan Shopee VIP.	COD (tunai), ShopeePay, Koin Shopee, Kartu debit atau kredit, ShopeePay Later

Referensi: Hasil Penelitian 2025

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa jasa pesan antar makanan *online* GoFood dari aplikasi Gojek memiliki keunggulan baik dari fitur aplikasi hingga metode pembayaran yang ditawarkan jika dibandingkan dengan layanan Grab Food dan Shopee Food. Fitur yang tersedia pada GoFood yaitu Pengiriman Tanpa Kontak (*Contactless Delivery*), Sistem *Pickup* (ambil sendiri), Menu Keluarga atau *Bundle*, Rekomendasi Resto Dengan Rating Tinggi, Rekomendasi Diskon Menu Favorit, Bagikan Menu Favorit, *Chat* Pelanggan, Pencarian, Multiorder, *Group Order*, Pesanan Terjadwal, Rekomendasi Menu Andalan, dan GoFood Plus. Sementara beberapa metode pembayaran yang disediakan yaitu Bayar Tunai, GoPay, Koin GoPay, Kartu debit atau kredit, Kantong Jago, GoPay Later, dan LinkAja.¹⁰ Kelebihan pada fitur dan metode pembayaran yang ditawarkan oleh GoFood menjadikan jasa pesan antar

¹⁰ Hasil penelitian pada tiga aplikasi jasa pesan antar makanan online, 10 Januari 2025.

makanan *online* ini lebih unggul dibandingkan dengan jasa pesan antar makanan *online* lainnya.

Penggunaan layanan pesan antar makanan melewati aplikasi telah banyak dilakukan oleh masyarakat terutama pada generasi Z. Pernyataan ini dibuktikan melalui riset Katadata yang menyatakan bahwa lebih dari setengah konsumen layanan pesan antar makanan *online* melakukan penesanan makan paling sedikit seminggu sekali, yang rata-rata pengguna layanan tersebut berasal dari generasi Z dan milenial, dimana Generasi Z merupakan pengguna tertinggi layanan pesan antar makanan *online* yaitu sebanyak 43% sementara generasi milenial sebanyak 39%.¹¹ Berdasarkan data tersebut, peneliti memilih responden penelitian pada mahasiswa yang sebagian besarnya merupakan generasi Z. Peneliti melakukan observasi melalui PDDIKTI terkait jumlah mahasiswa Universitas di Kota Kediri yaitu UIN Syekh Wasil Kediri dengan jumlah 10.270 mahasiswa, Universitas Kadiri dengan 5.076 mahasiswa, Universitas Islam Kadiri dengan 5.110 mahasiswa, UNP Kediri dengan 8.073 mahasiswa, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri dengan 4.186 mahasiswa, dan PSDKU Universitas Brawijaya Kediri dengan 1.914 mahasiswa.¹²

Peneliti memilih UIN Syekh Wasil Kediri karena berdasarkan data PDDIKTI, diketahui bahwa UIN Syekh Wasil Kediri merupakan universitas negeri di Kota Kediri yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak diantara

¹¹ Fahmi Ahmad Burhan, "Riset: Layanan Pesan-Antar Makanan Kian Diminati, GoFood Rajai Pasar," <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/62ab24bd2d4a5/riset-layanan-pesan-antar-makanan-kian-diminati-gofood-rajai-pasar>. Diakses pada 10 Januari 2025.

¹² <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/>. Diakses pada 10 Januari 2025.

universitas lain di Kota Kediri sehingga peneliti tertarik untuk meneliti keputusan pembelian makanan melalui aplikasi jasa pesan antar makanan.

Tabel 1.2
Data Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Tahun Angkatan 2021-2024

Fakultas	Jumlah Mahasiswa
Ushuluddin dan Dakwah	2.607
Tarbiyah	3.999
Syariah	905
Ekonomi dan Bisnis Islam	2.759
Total	10.270

Referensi: PDDIKTI (data diolah)

Tabel 1.2 menunjukkan data dari PDDIKTI terkait jumlah mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri tahun Angkatan 2021-2024, diketahui bahwa Fakultas Tarbiyah memiliki jumlah mahasiswa terbanyak diantara fakultas lainnya, yaitu sebanyak 3.999 mahasiswa dan Fakultas Syariah memiliki jumlah mahasiswa paling sedikit yaitu sebanyak 905.

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan observasi awal kepada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri tahun angkatan 2021-2024 untuk mengetahui aplikasi jasa pesan antar makanan online apa yang paling banyak digunakan. Karena banyaknya jumlah populasi pada observasi awal serta adanya keterbatasan waktu dan sumber daya, maka pengambilan sampel untuk observasi awal adalah sebanyak 200 responden yang terdiri dari 50 responden pada setiap fakultas. Hal ini sesuai dengan saran dari Roscoe dalam Sugiyono mengenai ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu minimal 30 responden.¹³

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2022), 90

Tabel 1.3
Data Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Yang Menggunakan Aplikasi Pesan Antar Makanan Online Tahun Angkatan 2021-2024

Fakultas	Mahasiswa	Pengguna Aplikasi Pesan Antar Makanan Online	Persentase
Ushuluddin dan Dakwah	50	47	94%
Tarbiyah	50	49	98%
Syariah	50	35	75%
Ekonomi dan Bisnis Islam	50	48	96%

Referensi: Hasil Penelitian 2025

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 per fakultas, yang menggunakan jasa pesan antar makanan *online*. Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 terkait jasa pesan antar makanan yang paling banyak digunakan dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan jasa pesan antar makanan *online* menggunakan teori Kotler dan Armstrong antara lain:

Tabel 1.4
Data Jasa Pesan Antar Makanan *Online* yang digunakan oleh Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Tahun Angkatan 2021-2024

No	Jenis	Jumlah
1	Gofood	137
2	Grab Food	14
3	Shopee Food	28
4	Maxime Food	0
5	Tidak menggunakan jasa pesan antar makanan <i>online</i>	21
Jumlah		200

Referensi: Hasil Penelitian 2025

Tabel 1.4 menunjukkan data penyebaran kuesioner mengenai jasa pesan antar makanan *online* yang digunakan oleh mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri

yang menjawab kuesioner pra observasi dengan hasil yaitu 137 dari 200 responden menggunakan jasa GoFood sebagai jasa pesan antar makanan *online*.

Tabel 1.5
Faktor Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Pada Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Tahun Angkatan 2021 - 2024

No	Faktor	Sub Faktor	Jumlah
1	Budaya	Budaya	2
		Subbudaya	0
		Kelas Sosial	0
2	Sosial	Kelompok Referensi	12
		Keluarga	1
		Peran dan Status	1
3	Pribadi	Usia	0
		Pekerjaan	1
		Kepribadian dan Konsep Diri	1
		Gaya Hidup	25
		Situasi Ekonomi	0
4	Psikologis	Motivasi	0
		Persepsi	1
		Pembelajaran	0
		Kepercayaan dan Sikap	1
Total			45

Referensi: Hasil penelitian, 2025

Tabel 1.5 menunjukkan data penyebaran kuesioner mengenai keputusan pembelian menggunakan layanan pesan antar makanan *online* dengan hasil yaitu dua puluh lima responden memilih faktor gaya hidup dan dua belas responden memilih kelompok referensi dari empat puluh lima responden yang memilih layanan pesan antar makanan online melalui GoFood. Sehingga gaya hidup dan kelompok referensi menjadi faktor terbanyak yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan jasa GoFood sebagai layanan pesan antar makanan *online* pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

Dari dua belas responden yang memilih kelompok referensi sebagai faktor yang menjadi alasan mereka melakukan pembelian melalui jasa Gofood didapatkan hasil:

Tabel 1.6

Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Gofood Berdasarkan Kelompok Referensi

Kelompok Referensi	Jumlah Responden
Kelompok persahabatan	11
Kelompok belanja	1
Kelompok kerja	0
Kelompok virtual	0
Kelompok aksikonsumen	0
Total	12

Referensi: Hasil penelitian, 2025

Tabel 1.6 menunjukkan data sepuluh responden yang memilih faktor kelompok referensi yang mana sebelas responden memilih kelompok persahabatan dan satu responden memilih kelompok kerja sebagai kelompok yang menjadi acuan responden dalam melakukan keputusan pembelian dalam menggunakan jasa Gofood. Merujuk pada data tersebut, diketahui bahwa responden yang memilih faktor kelompok referensi, paling banyak disebabkan oleh kelompok persahabatan.

Berdasarkan data-data tersebut, penulis tertarik untuk meneliti keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa GoFood karena penggunaan jasa GoFood pada aplikasi GoJek memiliki persentase tertinggi sebagai jasa pesan anatar makanan *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia terutama pada generasi Z pada tahun 2024. Gaya hidup merupakan pola atau cara hidup individu yang diketahui melalui kegiatan seperti hobi dan pekerjaan; minat seperti makanan dan mode; pendapat seperti

opini mengenai diri merka, produk dan isu-isu sosial.¹⁴ Kelompok referensi yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung pada perilaku atau sikap individu.¹⁵ Sementara keputusan pembelian diartikan sebagai tindakan seseorang yang ikut serta secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang yang ditawarkan.¹⁶

Dalam menanggapi fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengajukan penelitian berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH UIN SYEKH WASIL KEDIRI TAHUN ANGKATAN 2021 – 2024 PENGGUNA JASA GOFOOD)”**.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari uraian pada latar belakang sebelumnya, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 dalam menggunakan jasa GoFood?
2. Bagaimana kelompok referensi mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 dalam menggunakan jasa GoFood?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 dalam menggunakan jasa GoFood?

¹⁴ Kotler and Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (2004), 210.

¹⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2020).

¹⁶ Kotler and Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (2004), 179.

4. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024?
5. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024?
6. Bagaimana pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mengenai gaya hidup mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 - 2024 dalam menggunakan jasa GoFood.
2. Untuk mengetahui mengenai kelompok referensi mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 - 2024 dalam menggunakan jasa Gofood.
3. Untuk mengetahui mengenai keputusan pembelian mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 - 2024 menggunakan jasa GoFood.
4. Untuk mengetahui mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 – 2024 dalam menggunakan jasa GoFood.
5. Untuk mengetahui mengenai pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 – 2024 dalam menggunakan jasa GoFood.

6. Untuk mengetahui mengenai pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021 – 2024 dalam menggunakan jasa GoFood.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat dalam segi teoritis

Diharapkan dapat melengkapi ragam kepustakaan UIN Syekh Wasil Kediri dengan menyajikan informasi mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa pesan antar makanan *online*.

2. Manfaat dalam segi praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi pertimbangan perusahaan mengenai faktor yang menjadi pengaruh dari keputusan pembelian masyarakat khususnya generasi Z mengenai suatu produk atau jasa, terutama pada jasa pesan antar makanan *online*.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini berguna dalam menambah pengetahuan dan keberanian dalam kegiatan penelitian yang dilakukan.
- c. Bagi peneliti lainnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan tambahan untuk penelitian pada masa mendatang mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap jasa pesan antar makanan secara *online*.

E. Telaah Pustaka

1. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise (Studi Pada Komunitas BTS Surabaya)* oleh Ratna Nurhayati (2023), dari Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁷

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen gaya hidup (X) mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian (Y) dengan nilai korelasi yang tinggi sebesar 0,69. Persamaan dengan penelitian sekarang ini yaitu meneliti pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel kelompok referensi serta perbedaan subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 dan objek penelitiannya yaitu keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa GoFood.

2. *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Pekanbaru* oleh Tuti Alaviyah (2021), dari Universitas Islam Riau.¹⁸

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen gaya hidup (X_1) dan kelompok referensi (X_2) mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian (Y) Chatime di Pekanbaru secara positif dan signifikan. Persamaan dengan penelitian sekarang ini yaitu meneliti pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan

¹⁷ Ratna Nurhayati, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise (Studi Pada Komunitas BTS Surabaya)", (2023).

¹⁸ Alaviyah, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Di Pekanbaru.", (2021)

perbedaanya terletak pada subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 dan objek penelitiannya yaitu Keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa GoFood.

3. *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Pusat Oleh-Oleh Khas Blitar Nasionalisme Kota Blitar* oleh Eva Nariskawati (2021), dari Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁹

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen kelompok referensi (X) mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara positif dan signifikan dengan nilai korelasi sebesar 0,838. Persamaan dengan penelitian saat ini yaitu meneliti pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaanya terletak pada adanya variabel independen gaya hidup serta subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024 UIN Syekh Wasil Kediri dan objek penelitiannya yaitu keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood.

4. *Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana)* oleh Riris Dwi Mari (2022), Universitas Medan Area.²⁰

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen gaya hidup (X_1) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel

¹⁹ Eva Nariskawati, "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Pusat Oleh-Oleh Khas Blitar Nasionalisme Kota Blitar" (2021).

²⁰ Mari, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana).", (2022).

motivasi konsumen (X_2) mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara simultan dan parsial. Persamaan dengan penelitian sekarang ini yaitu meneliti pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel kelompok referensi serta subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2021-2024 dan objek penelitiannya yaitu keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa GoFood.

5. *Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial dan Work Of Mouth Pada Generasi Mlenial Terhadap Keputusan Pembelian* oleh Melia Anggraini, dkk (2021), Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.²¹

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen kelompok referensi (X_1) dan *work of mouth* (X_3) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Persamaan dengan penelitian sekarang ini yaitu meneliti pengaruh kelompok referensi dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel gaya hidup serta subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2021-2024 UIN Syekh Wasil Kediri dan objek penelitiannya yaitu keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa GoFood.

²¹ Anggraini, Fitriani, and Sanjaya, "Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial Dan Work Of Mouth Pada Generasi Mlenial Terhadap Keputusan Pembelian .", (2021).

F. Hipotesis Penelitian

1. H01 = Gaya hidup tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

Ha1 = Gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

2. H02 = Kelompok referensi tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

Ha2 = Kelompok referensi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

3. H03 = Gaya hidup dan kelompok referensi secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.

Ha3 = Gaya hidup dan kelompok referensi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa GoFood pada mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2021-2024.