

INCOME DAN LIFE STYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN MELALUI APLIKASI JASA KURIR ONLINE

Ai Nur Balkis¹, Annisa Fadila Rachmawati², Farida Hasanah³,
Muhammad Hasanuddin⁴, Deni Kamaludin Yusup⁵

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: ainurbalkis@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: annisafr@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: faridahasanah@gmail.com

⁴ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: muhammadhasanuddin@uinsgd.ac.id

⁵ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan (*Income*) dan gaya hidup (*Life Style*) terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Melalui studi kasus yang dilakukan dengan metode deskriptif analisis menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa baik pendapatan maupun gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan pendapatan dan gaya hidup akan menyebabkan peningkatan pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi para pelaku bisnis dalam melihat peluang pasar yang dimiliki oleh kegiatan transaksi online.

Kata Kunci: Income, Lifestyle, Perilaku Konsumen, Jasa Kurir Online

A. Pendahuluan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan aplikasi jasa kurir online dalam pembelian produk makanan, hal ini juga dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi yang berkembang secara pesat sehingga konsumen bisa dengan mudahnya membeli makanan tanpa harus datang ke restoran makanan yang dituju. Dengan adanya fenomena ini maka dapat dilihat bahwa kehidupan konsumen dalam melakukan transaksi belanja makanan sudah mengikuti kemajuan teknologi dan adanya perubahan gaya hidup yang semakin dinamis.

Faktor yang dapat mendukung kegiatan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online ini adalah adanya pendapatan atau income. Pendapatan disini menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sebagai hasil kerja (usaha atau sebagainya) (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2008) dan jika dilihat dari makna lainnya pendapatan adalah sebuah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan juga laba. (BN. Marbun, 2003) Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pendapatan atau income dapat menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online, karena dengan adanya pendapatan yang memadai maka perilaku konsumtif dari konsumen akan terpenuhi secara tidak langsung karena adanya modal yang dapat mendukung kegiatan ini.

Selain itu ada pula faktor yang lainnya yaitu gaya hidup atau life style yang sama pentingnya dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan tindakan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Menurut pendapat Kotler, gaya hidup ini memiliki arti sebagai

perilaku yang dilakukan oleh individu mengenai kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau menggunakan barang-barang dan jasa. Selain itu juga gaya hidup atau life style ini memiliki arti sebagai sebuah tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang yang lainnya. (Rahman, 2022) Faktor dari gaya hidup ini juga ternyata dapat berpengaruh terhadap tindakan konsumen dalam pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online, karena jika pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online ini sudah menjadi gaya hidup maka konsumen tersebut sudah dapat menentukan pilihan produk, merek, dan cara pembeliannya yang sesuai dengan nilai dan preferensi yang sesuai dengan gaya hidup konsumen tersebut.

Menurut sebagian pendapat, tingkat pendapatan dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian, di mana semakin tinggi pendapatan seseorang maka ia dianggap memiliki daya beli yang tinggi pula. Demikian pula dengan gaya hidup juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian, di mana gaya hidup seseorang cenderung akan semakin konsumtif manakala ia memiliki kelebihan kapital atau berpendapatan tinggi.

Selain itu terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pembelian makanan pada aplikasi jasa kurir online, seperti: Penelitian milik Nadia, Septu, dan Amaeliana, yang membahas tentang Analisis Tentang Perilaku Konsumen Dalam Makanan Menggunakan ShopeeFood di Plaju Palembang. Hasil penelitian membuktikan bahwa sikap konsumen dalam memesan makanan menggunakan ShopeeFood didasari oleh kebiasaan, dan prinsip ekonomi yang dijalankan oleh setiap orang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan usaha yang minimal. Studi lain menganalisis dampak teknologi terhadap perilaku manusia dan kemunculan shoppeefood sebagai pendatang baru di industry pengiriman makanan. (Destovia, Arsela, & Ramika, 2023).

Penelitian tentang GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z?, milik Fita Nurotul Faizah dan Zulfaturrohmaniyah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z lebih memilih ShoppeFood dibandingkan GoFood berdasarkan aspek yang ada, generasi Z menilai bahwa pilihan menu yang ada di ShopeeFood lebih banyak variasinya dan aplikasi ShopeeFood ini juga didukung dengan banyaknya penawaran promo yang menguntungkan bagi konsumen walaupun penggunaan promo yang ada relatif lebih mudah cara penggunaannya pada aplikasi GoFood. (Faizah & Zulfaturrohmaniyah, 2022).

Penelitian milik Ari Setiyaning Pratiwi tentang Analisa Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi GrabFood (Study Pada Konsumen GrabFood di Kebumen), hasil penelitiannya adalah konsumen melakukan keputusan pembelian karena kemudahan pada aplikasi GrabFood seperti mencari makanan yang di inginkan kita bisa mengetik pada kolom search makan akan banyak rekomendasi makanan yang kita cari dan 6 orang melakukan pembelian melalui GrabFood karena kepercayaan terhadap GrabFood karena jika pesanan tidak sesuai dengan yang di inginkan pihak GrabFood sksn bertanggung jawab menukar atau uang kembali dan 12 orang melakukan pembelian di aplikasi GrabFood karena kualitas informasinya pada aplikasi GrabFood uptodate. (Pratiwi, 2019).

Mengacu kepada uraian di atas, penelitian ini akan lebih difokuskan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pendapatan dan gaya hidup dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Melalui hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi para pelaku bisnis untuk melihat seberapa besar peluang pasar yang dimiliki oleh kegiatan transaksi secara online ini.

B. Metode

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam kategori studi kasus dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu mengidentifikasi pola data, meringkai dan menyajikan informasi yang terkandung dalam penelitian. data untuk penemuan dan pengujian hipotesis dengan uji statistik. (Kuncoro, 2011). Penelitian ini menggunakan sumber data kuantitatif yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan variabel yang diteliti untuk memperoleh informasi yang lebih rinci dan dapat dipercaya. Populasi penelitian ini menggunakan purposive sampling yang dimana pengambilan sampel dilakukan melalui kriteria-kriteria tertentu dengan analisis data melalui metode statistik dan di analisis secara deduktif atau induktif.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Peneliti menyajikan menggambarkan hubungan antar variable yang saling mempengaruhi dalam ranah bisnis, yaitu pengaruh pendapatan dan gaya hidup dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian produk makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Pada bagian ini akan dijelaskan hasil uji statistik terhadap hubungan antar variable berikut penjelasannya dari hasil uji parsial dan simultan.

1.1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Berdasarkan uji regresi yang dilakukan terhadap kedua variabel independen yang ada, yaitu *income* dan *life style* terhadap variabel dependennya yaitu perilaku konsumen.

Tabel 1: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.293	1.894		17.049	.000
	Income	.274	.130	.292	2.112	.040
2	(Constant)	27.490	3.705		7.419	.000
	Lifestyle	.430	.181	.324	2.370	.022

Tabel di atas menunjukkan persamaan regresi variabel *income* dan *lifestyle* terhadap perilaku konsumen, terhadap pembelian makanan melalui aplikasi jasa kurir online sebagai berikut:

$$\text{Persamaan } X_1 \text{ terhadap } Y = 32.293 + 0.274X_1$$

dan

$$\text{Persamaan } X_2 \text{ terhadap } Y = 27.490 + 0.420X_2$$

Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X_1 bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai *income* (X_1) sebesar 1 akan mengakibatkan peningkatan pada nilai perilaku konsumen (Y) sebesar 0,274. Kemudian dari hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui bahwa $t_{hitung} = 2,112$ dan t_{tabel} dengan $df = 50$ dan signifikansi 0,05 menunjukkan

$t_{tabel} = 2,0086$ artinya $2,112 > 2,0086$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel independen *income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen memesan melalui aplikasi jasa kurir *online*.

Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X_2 bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai *lifestyle* (X_2) sebesar 1 akan mengakibatkan peningkatan pada nilai perilaku konsumen (Y) sebesar 0.430. Kemudian dari hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 2.370$ dan t_{tabel} dengan $df = 50$ dan signifikansi 0.05 menunjukkan $t_{tabel} = 2.0086$ artinya $2.370 > 2.0086$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel independen *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen memesan melalui aplikasi jasa kurir *online*.

Tabel 2: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.310	3.737		7.040	.000
	Income	.202	.133	.214	1.520	.135
	Lifestyle	.345	.187	.260	1.842	.072

a. Dependent Variable: Perilaku konsumen terhadap pembelian makanan melalui aplikasi jasa kurir online

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa nilai $b_1 = 0.202$, $b_2 = 0.345$, serta nilai konstanta a sebesar 26.310. Berdasarkan hasil uji tersebut, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 26.310 + 0.202X_1 + 0.345X_2$$

$$\text{Perilaku Konsumen} = 26.310 + 0.202\text{Income} + 0.345\text{Lifestyle}$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa konstanta a memiliki nilai 26.310 yang berarti menunjukkan bahwa nilai Y (perilaku konsumen) sebesar 26.310 pada saat X_1 (*income*) dan X_2 (*lifestyle*) sama dengan 0. Nilai koefisien b_1 menunjukkan nilai positif pada variabel independen X_1 (*income*) sebesar 0.202. Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan *income* sebesar 1, maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Y (perilaku konsumen) sebesar 0.202. Senada dengan nilai koefisien b_2 , pada variabel X_2 (*lifestyle*) bernilai positif sebesar 0.345. Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan *lifestyle* sebesar 1, maka akan mengakibatkan kenaikan pada Y (perilaku konsumen).

Kemudian dari hasil perhitungan analisis uji simultan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 4.039. Hal ini selanjutnya dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi sebesar 0.05 dan dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 47$ adalah sebesar 2.44037. Berdasarkan hal tersebut, maka diperoleh perbandingan antara nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} yaitu sebesar $4.039 > 2.44037$ dengan nilai signifikansi $0.024 < 0.05$. Perbandingan tersebut menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara simultan variabel independen income dan lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen perilaku konsumen terhadap pembelian makanan melalui aplikasi kurir online.

1.2 Hasil Uji Determinasi

Uji Determinasi (R^2) merupakan analisis untuk mengetahui besaran pengaruh dari variabel independen Income (X_1) dan lifestyle (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen perilaku konsumen (Y) dapat dilihat dari nilai R Square (R^2). Berikut ini merupakan hasil perhitungan analisis uji determinasi R^2 yang diolah dengan aplikasi SPSS menunjukkan hasil sebagai berikut.

Tabel 3: Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.110	2.14377
a. Predictors: (Constant), Lifestyle, Income				

Berdasarkan analisis hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square (R^2) sebesar 0.147 atau 14.7%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara income (X_1) dan lifestyle (X_2) terhadap perilaku konsumen (Y) adalah sebesar 14.7% dan sebesar 85.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kemudian dalam tabel 3, korelasi antara income (X_1) dan lifestyle (X_2) terhadap perilaku konsumen (Y) juga ditunjukkan dengan nilai 0.383 atau 38.3%. Hal tersebut mengindikasikan terdapat korelasi yang lemah antara variabel income (X_1) dan lifestyle (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen perilaku konsumen (Y).

2. Pembahasan

2.1 Pengaruh Income Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Melalui Aplikasi Jasa Kurir Online

Persamaan linier sederhana pada variabel income (X_1) terhadap perilaku konsumen (Y) adalah $Y = 32.293 + 0.274X_1$. Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X_1 bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai income (X_1) sebesar 1 akan mengakibatkan peningkatan pada nilai perilaku konsumen (Y) sebesar 0.274.

Kemudian dari hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 2.112$ dan t_{tabel} dengan $df = 50$ dan signifikansi 0.05 menunjukkan $t_{hitung} = 2.0086$ artinya $2.112 > 2.0086$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel independen income

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen memesan melalui aplikasi jasa kurir *online*.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang menyatakan bahwa pendapatan atau *Income*, merupakan hasil yang diperoleh dari bekerja atau berusaha. Dalam konteks manajemen, pendapatan diinterpretasikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi lainnya, yang mungkin mencakup upah, gaji, bunga, sewa, komisi, biaya jasa, serta keuntungan.

Menurut Suhariyanto (2018) Pendapatan adalah kompensasi yang diberikan kepada seseorang oleh entitas pemberi kerja, yang bisa berupa uang atau barang. Jika kompensasi tersebut berbentuk barang, maka nilai barang tersebut dihitung berdasarkan harga pasar lokal.

Menurut Badan Pusat Statistik, penggolongan pendapatan dibagi menjadi empat golongan, yaitu:

- a. Golongan pendapatan sangat tinggi, dengan pendapatan rata-rata lebih dari Rp3.500.000,- per bulan;
- b. Golongan pendapatan tinggi, dengan pendapatan rata-rata dalam rentang Rp 2.500.000,- sampai Rp 3.500.000,- per bulan;
- c. Golongan pendapatan sedang, dengan pendapatan rata-rata dalam rentang Rp 1.500.000,- sampai Rp 2.500.000,- per bulan; dan
- d. Golongan pendapatan rendah jika pendapatan rata-rata di bawah Rp 1.500.000,- per bulan.

Dengan demikian pendapatan pada prinsipnya dapat diinterpretasikan sebagai total nilai penerimaan, diukur dalam mata uang, yang diperoleh oleh individu atau negara selama periode waktu tertentu. Menurut Reksoprayitno (2004), pendapatan, atau revenue, adalah keseluruhan penerimaan yang didapatkan dalam jangka waktu yang ditetapkan. Oleh karena itu, pendapatan bisa dianggap sebagai agregat dari semua penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat dalam periode tertentu sebagai imbalan atas jasa atau sumbangan terhadap proses produksi.

2.2 Pengaruh *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Melalui Aplikasi Jasa Kurir Online

Persamaan linier sederhana pada variabel *lifestyle* (X_2) terhadap perilaku konsumen (Y) adalah $Y = 27.490 + 0.420X_2$. Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel (X_2) bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai *lifestyle* (X_2) sebesar 1 akan mengakibatkan peningkatan pada nilai perilaku konsumen (Y) sebesar 0.430.

Kemudian dari hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 2.370$ dan t_{tabel} dengan $df = 50$ dan signifikansi 0.05 menunjukkan $t_{tabel} = 2.0086$ artinya $2.370 > 2.0086$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel independen *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen memesan melalui aplikasi jasa kurir *online*.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa *life style* atau gaya hidup umumnya menggambarkan cara individu atau kelompok mengalokasikan waktu mereka (aktivitas), nilai yang mereka tempatkan pada objek atau isu dalam lingkungan mereka (minat), serta pandangan mereka terhadap diri sendiri dan dunia (opini). Meskipun gaya hidup dapat berbeda antara satu komunitas dengan komunitas lain dan dapat berubah seiring waktu, biasanya ada aspek-aspek tertentu yang tetap konsisten dalam jangka waktu yang lebih lama (Setiadi, 2003).

Berdasarkan konsep Kotler dan Armstrong (2018), penelitian ini akan mengukur gaya hidup melalui tiga dimensi, yaitu Aktivitas (*Activity*), Minat (*Interest*), dan Opini (*Opinion*).

- a. Aktivitas (*Activity*) mengacu pada apa yang dilakukan konsumen, produk yang mereka beli atau gunakan, dan kegiatan yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang. Dimensi ini dapat diukur dengan indikator seperti pekerjaan, hobi, kebiasaan berbelanja, aktivitas olahraga, dan partisipasi dalam acara sosial.
- b. Minat (*Interest*) mewakili faktor pribadi yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Minat mencerminkan apa yang menurut konsumen menarik untuk menghabiskan waktu dan uang mereka. Dimensi ini dapat diukur dengan indikator seperti kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen.
- c. Opini (*Opinion*) mewakili pandangan dan perasaan konsumen terhadap berbagai isu global, lokal, sosial, dan ekonomi. Dimensi ini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan evaluasi konsumen, seperti keyakinan mereka tentang maksud orang lain, antisipasi terhadap peristiwa di masa depan, dan pertimbangan konsekuensi dari tindakan alternatif. Opini dapat terkait dengan diri mereka sendiri, masalah sosial, bisnis, dan produk.

2.3 Pengaruh *Income* dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Melalui Aplikasi Jasa Kurir Online

Pengaruh *income* dan *lifestyle* terhadap perilaku konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil nilai korelasi sebesar 0.383 atau 38.3% yang menunjukkan korelasi yang masih lemah. Serta nilai R Square (R^2) sebesar 0.147 atau 14.7% yang menunjukkan bahwa hubungan antara *income* (X_1) dan *lifestyle* (X_2) terhadap perilaku konsumen (Y) adalah sebesar 14.7% dan sebesar 85.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Dari survey yang telah diperoleh didapatkan bahwa aplikasi jasa kurir online yang paling sering digunakan adalah ShopeeFood dengan persentase 52,7%; diikuti oleh GoFood dengan persentase 32,7%, dan GrabFood dengan persentase 14,5%. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeeFood merupakan aplikasi jasa kurir online yang paling populer di kalangan responden.

Fitur yang paling disukai di aplikasi jasa kurir online adalah Promo dan Diskon dengan persentase 70,9%, diikuti oleh Kemudahan pemesanan dengan persentase 14,5%, Pilihan makanan yang beragam dengan persentase 10,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat tertarik oleh promo dan diskon beragam yang ditawarkan oleh aplikasi jasa kurir online.

Jenis makanan yang paling sering dipesan melalui aplikasi jasa kurir online adalah Makanan cepat saji dengan persentase 70,9%, diikuti oleh Makanan ringan cemilan dengan persentase 14,5%, Minuman dengan persentase 10,9%, Makanan masakan rumahan dengan persentase 0,9%, dan Lainnya dengan persentase 2,7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih sering memesan makanan yang praktis dan mudah diakses.

Selain hasil data yang diperoleh dari olah data yang bersumber dari kuesioner, penelitian ini juga mendapatkan hasil yang bersumber dari wawancara langsung, yang mana narasumbernya adalah (Susanto, 2024) berdasarkan hasil dari wawancara itu, beliau mengatakan bahwa pembelian makanan di jasa kurir online memanglah sangat dapat dipengaruhi oleh pendapatan (*Income*) karena pada dasarnya pendapatan ini merupakan faktor yang sangat mendasar bagi setiap manusia dalam pemenuhan kebutuhannya terutama dalam hal makanan. Setiap pendapatan bertambah maka konsumsi manusia terhadap makananpun akan meningkat dan

cara mendapatkan makanan tersebut akan semakin beragam termasuk dengan cara membeli makanan di aplikasi jasa kurir online.

Faktor yang lainnya adalah *lifestyle* ini juga memiliki pengaruh terhadap pembelian makanan di aplikasi jasa kurir online, karena pada masa sekarang pembelian makanan di aplikasi jasa kurir online ini sudah menjadi budaya yang sangat banyak dilakukan oleh para konsumen dari berbagai kalangan. Budaya inilah yang mereka terus lakukan ketika mereka sedang ingin melakukan pemebuhan kebutuhan makanan secara instan.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana orang-orang memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana mereka memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler & Keller, 2009)

Para peneliti telah mengamati perilaku konsumen untuk mempelajari kebiasaan mereka dalam membeli dan menggunakan produk. Indrawati (2017) menjelaskan bahwa kebiasaan ini dapat berubah dengan cepat karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengetahuan, perilaku, dan lingkungan konsumen. Pendapat tersebut juga telah diperkuat oleh Kotler (2017) yang menyebutkan bahwa ada empat faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen:

- a. Budaya: Ini adalah faktor yang paling berpengaruh dan mendalam, mencakup nilai-nilai dan norma-norma yang memainkan peran penting dalam keputusan pembelian.
- b. Sosial: Faktor ini melibatkan pengaruh dari kelompok, keluarga, serta peran dan status sosial seseorang.
- c. Pribadi: Faktor ini berkaitan dengan karakteristik individu seperti usia, tahapan kehidupan, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
- d. Psikologis: Ini mencakup elemen-elemen seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap yang dimiliki seseorang.

Dengan demikian maka peneliti dapat merumuskan bahwa memahami perilaku konsumen sangat penting untuk mengetahui bagaimana mereka mengambil keputusan. Hal ini didasarkan kepada temuan dalam penelitian ini di mana setiap orang memiliki kebutuhan, pendapat, sikap, dan preferensi yang berbeda tergantung pada lingkungan mereka. Dalam konteks inilah perilaku konsumen dipandang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli sesuatu sesuai dengan kebutuhan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pendapatan dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memesan makanan melalui aplikasi jasa kurir online. Pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen, yang berarti jika pendapatan dan gaya hidup konsumen meningkat, maka kecenderungan untuk memesan makanan melalui aplikasi jasa kurir online juga akan meningkat. Aplikasi jasa kurir online yang paling populer adalah Shopeefood, dan fitur yang paling disukai oleh konsumen adalah promo dan diskon. Selain itu, makanan cepat saji adalah jenis makanan yang paling sering dipesan melalui aplikasi jasa kurir online. Meskipun pengaruh pendapatan dan gaya hidup signifikan, namun masih ada 85.3% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Referensi

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus, h.185.
- Destovia, N., Arsela, S., & Ramika, A. (2023). Analisis Tentang Perilaku Konsumen Dalam Makanan Menggunakan. *Indo Green Journal*, 1(2), 71-76.
- Dewi, R. I. L., Musaiyana, M., Nurrohman, N., & Yusup, D. K. (2025). Label Halal Sebagai Implementasi Teori Kesejahteraan (Maslahat) Dan Implementasinya Di Beberapa Negara. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 10(1), 35-56.
- Faizah, F. N., & Zulfaturrohmaniyah. (2022). GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z? *Al-Tijary*, 157-168.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-food. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(2), 240-249.
- Igir. F.G., Tampi. J.R.E., dan Taroreh H. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up", *Jurnal Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis*. 6(2), 86-96. <https://doi.org/10.35797/jab.v6.i002.%25p>
- Indrawati, E. S. (2015). Status Sosial Ekonomi Dan Intensitas Komunikasi Keluarga Pada Ibu Rumah Tangga Di Panggung Kidul Semarang Utara. *Jurnal Psikologi*, 14(1), 52-57. <https://doi.org/10.14710/jpu.14.1.52-57>
- Indrawati, P. D., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., & Yuliansyah, S. (2017). Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi. First print. Bandung. PT Refika Aditama.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nofriyanto, A. (2018). Pengaruh Online Food Delivery, Kualitas Produk, Halal Awareness Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Kuliner di Yogyakarta (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Philip Kotler. (2017). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*, Erlangga, Jakarta.
- Pratiwi, A. S. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Grabfood. Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa.
- Reksoprayitno, (2004). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi Jakarta: Bina Grafika*, h 79
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.

- Setiadi. (2003). Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana. h.14
- Suhariyanto. (2018). Statistik Pendapatan. Jakarta: Penerbit BPS RI/BPS- Statistics Indonesia.
- Yusup, D. K. (2019). Analyzing the effect of service quality on customer satisfaction of Islamic banking in west Java province, Indonesia. *Management Science Letters*, 9(13), 2347-2356.
- Yusup, D. K. (2019). The effectiveness of business partnership to the marketing of home industry products. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (24), 315-330.