

PERILAKU KONSUMTIF BELANJA KULINER MELALUI ONLINE PADA MAHASISWA BARU FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS UDAYANA TAHUN 2022

CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON CULINARY SHOPPING THROUGH ONLINE NEW STUDENTS OF THE FACULTY OF AGRICULTURE UDAYANA UNIVERSITY IN 2022

*Penulis korespondensi: redityapратиwi@gmail.com

Putri Reditya Pratiwi^{1*}, Gede Mekse Korri Arisena²

¹Fakultas Pertanian, Universitas Udayana Bali

²Fakultas Pertanian, Universitas Udayana Bali

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics, analyze consumptive behavior and habits of using online motorcycle taxis in culinary shopping for new students of the Faculty of Agriculture, Udayana University in 2022 and their relationships, and examine culinary business opportunities in the agribusiness sector. The research sample consisted of 81 students using the snowball sampling technique. The data analysis used is descriptive qualitative, descriptive quantitative, and Pearson's Product Moment Correlation. The results showed that: (1) Characteristics of students who shop for culinary goods through online motorcycle taxis: Most are 18 years old, the majority are women, most are Agribusiness students, have pocket money between IDR 600,000 – IDR 1,000,000, the amount additional income is mostly IDR 0, a source of income comes from parents. The type of online motorcycle taxi application that is often used is Gojek (Go-Food). Culinary through online motorcycle taxis shows quite consumptive behavior (3) Students are accustomed to using online motorcycle taxi applications in culinary shopping (4) There is a significant relationship between student consumptive behavior and the habit of using online motorcycle taxi applications in culinary shopping with a moderate level of relationship (5) Business Organic noodles can be used as a culinary business opportunity in the agribusiness sector

Keywords: *Consumptive Behavior, Online Ojek Applications, Culinary Shopping, and Business Opportunities*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik, menganalisis perilaku konsumtif dan kebiasaan penggunaan ojek online dalam belanja kuliner pada mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 serta hubungannya, mengkaji peluang usaha kuliner pada bidang agribisnis. Sampel penelitian berjumlah 81 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel yaitu *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif dan *Product Moment Correlation* Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Karakteristik mahasiswa yang berbelanja kuliner melalui ojek online: Sebagian besar 18 tahun, mayoritas perempuan, sebagian besar mahasiswa Agribisnis, memiliki uang saku antara Rp600.000 – Rp1.000.000, jumlah pendapatan tambahan sebagian besar Rp0, sumber pendapatan berasal dari orang tua. Jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan adalah Gojek (*Go-Food*), jenis kuliner yang sering dibeli yaitu mi, frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online/minggu mayoritas satu kali, dengan jumlah transaksi berkisar Rp0 – Rp50.000 (2) Mahasiswa dalam belanja kuliner melalui ojek online menunjukkan perilaku yang cukup konsumtif (3) Mahasiswa terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner (4) Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif mahasiswa dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner dengan tingkat hubungan yang sedang (5) Bisnis mi organik dapat dijadikan peluang usaha kuliner pada bidang agribisnis.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Aplikasi Ojek Online, Belanja Kuliner, dan Peluang Bisnis



PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat, dimana perkembangan tersebut berjalan sesuai dengan perkembangan science atau ilmu pengetahuan. Penyatuan berbagai fungsi dari alat-alat komunikasi telah menyatu dalam sebuah alat komunikasi yang bernama *smartphone*. *Smartphone* memberikan kemudahan dalam berbelanja/bertransaksi secara online yang didukung transformasi pembayaran melalui digital. Sejalan dengan pendapat Anggraeny et al. (2022) Perkembangan teknologi yang bervariasi menyebabkan terjadinya perubahan di kalangan masyarakat. Contohnya yaitu masyarakat sebelumnya berkomunikasi menggunakan surat, saat ini masyarakat dapat menjalin komunikasi dengan mudah menggunakan internet yang dapat di akses melalui *smartphone*.

Berbelanja online menjadi diminati karena mendapatkan kemudahan, kenyamanan, penghematan waktu dan biaya, serta tanpa harus ke lokasi untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Begitu pula dengan memesan makanan, dimana pada *smartphone* banyak muncul berbagai macam makanan penawaran kuliner untuk memenuhi kebutuhan primer dengan berbagai macam platform seperti *e-commerce*. *E-commerce* merupakan media elektronik yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk memudahkan aktivitas jual belinya dengan cara bisnis online.

Ojek online merupakan salah satu *e-commerce* berupa aplikasi di bidang jasa dan jual beli kuliner secara online yang bisa diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. Ojek online menawarkan beberapa kemudahan bagi penggunaannya, salah satunya adalah kemudahan dalam berbelanja kuliner. Aplikasi ojek online yang saat ini sering digunakan masyarakat dalam memesan kuliner adalah Go-jek, Grab, dan Shopee dimana aplikasi-aplikasi tersebut memiliki fitur pesan-antar kuliner. Kemudahan yang ditawarkan ojek online dalam bertransaksi kuliner menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Menurut

2022 Fakultas Pertanian Universitas Udayana memiliki mahasiswa baru berjumlah 417 mahasiswa aktif. Dengan jumlah tersebut

KBBI, konsumtif yaitu kata sifat yang memiliki arti sesuatu yang bersifat konsumsi, hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri. Abadi et al. (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai kebiasaan melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa melalui perhitungan, dimana masyarakat hanya memandang dari sisi kesenangan sehingga lebih mengutamakan keinginan daripada keperluan.

Mahasiswa merupakan kalangan masyarakat yang sering menggunakan aplikasi ojek online untuk memesan kuliner karena dinilai lebih mudah dan praktis ditambah adanya potongan harga yang membuat harga kuliner menjadi lebih murah. Inilah yang memicu mahasiswa senang belanja kuliner dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya penawaran yang menarik dengan harga yang murah. Hal tersebut tercermin dalam tindakan mahasiswa dimana tidak sedikit mahasiswa yang memesan kuliner melalui aplikasi ojek online bukan karena lapar melainkan karena terpengaruh lingkungan dan tertarik terhadap segala penawaran yang diberikan. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan (Nurbayti, 2019), hampir 90% orang yang menggunakan *Go-Food* dipengaruhi oleh lingkungannya, artinya yaitu ketika seorang memilih untuk memesan kuliner melalui *Go-Food* maka orang terdekatnya akan ikut terpengaruh untuk melakukan pesanan dengan alasan agar ongkos kirim yang dibebankan menjadi lebih murah. *Go-Food* menetapkan biaya pengiriman sebagai bayaran dari jasa pembelian dan pengantaran kuliner oleh driver, dimana jarak yang semakin jauh dari tempat penjualan kuliner akan menyebabkan harga jasa *Go-Food* menjadi semakin mahal.

Berdasarkan observasi sementara yang peneliti lihat dilapangan, mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana yang berperilaku konsumtif terlihat dari seringnya mahasiswa berbelanja kuliner menggunakan ojek online saat sedang mengikuti sebuah rangkaian persiapan kegiatan organisasi. Berdasarkan data yang didapat, pada tahun

tentunya mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 berpotensi memiliki kecenderungan dalam berperilaku



konsumtif dalam belanja kuliner melalui ojek online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik mahasiswa baru dalam berbelanja online kuliner, menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa baru dalam belanja kuliner melalui ojek online dan kebiasaan penggunaan ojek online pada mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022, menganalisis hubungan perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan ojek online dalam belanja kuliner pada mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022, serta mengkaji peluang usaha kuliner pada bidang agribisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Dimana analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji karakteristik mahasiswa yang dilihat berdasarkan jenis kelamin, program studi, sumber pendapatan, jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan, dan jenis kuliner yang sering dibeli, umur, uang saku, jumlah pendapatan tambahan, frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu, dan jumlah transaksi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu. Analisis deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa, kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner, hubungan perilaku konsumtif mahasiswa dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner.

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang berpatokan pada skala *likert* lima poin. Alternatif jawaban yang dapat dipilih yaitu; (1) STS untuk jawaban sangat tidak setuju, (2) TS untuk jawaban tidak setuju, (3) KS untuk jawaban kurang setuju, (4) S untuk jawaban setuju, (5) SS untuk jawaban sangat setuju. Pihak yang menjadi responden dalam penelitian

ini adalah mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022. Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji atau membaca literatur, hasil penelitian terdahulu, serta hal yang berhubungan dan dapat menunjang penelitian (Putra, 2015). Adapun data yang diperoleh adalah hasil dari penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang menunjang pembuatan penelitian ini. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambar untuk mendukung data primer.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Pertanian Universitas Udayana Kampus Bukit yang beralamat di Jl. Kampus Unud, Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dengan jumlah 417 mahasiswa yang berasal dari tiga program studi yaitu agribisnis, agroekoteknologi, dan arsitektur lanskap. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *snowball sampling*. Sampel yang digunakan pada program studi Agribisnis (AGRI) sebanyak 41 mahasiswa, Agroekoteknologi (AGRO) sebanyak 33 mahasiswa, dan Arsitektur Lanskap (ARL) sebanyak 7 mahasiswa. Penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan kepemilikan mahasiswa baru terhadap aplikasi ojek online dan telah menggunakan aplikasi tersebut dalam berbelanja kuliner minimal tiga kali dalam sebulan.

Teknik analisis data untuk mengetahui karakteristik mahasiswa dilakukan dengan mengelompokkan jawaban yang sama dan disajikan dalam bentuk tabulasi deskriptif yang telah dipersentasekan. Teknik persentase yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2021).

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Besaran persentase pada persamaan di atas dilambangkan dengan P dengan F merupakan frekuensi jawaban, dan n merupakan jumlah total responden. Teknik analisis data untuk menentukan nilai dari variabel perilaku konsumtif mahasiswa dan variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner, diperlukan analisis berdasarkan skor rata-rata. Menurut

Kurnia (2018) penilaian responden terhadap suatu objek dapat diketahui melalui skor yang dijumlahkan kemudian dicari skor rata-ratanya. Skor rata-rata didapat dari hasil penjumlahan pada setiap skor yang dikalikan dengan masing-masing frekuensinya. Kemudian hasilnya

Pada model persamaan di atas, X merupakan skor rata-rata, $S1...S5$ merupakan skor pada skala 1 sampai 5, f yaitu frekuensi jawaban pada satu skala, dan n merupakan jumlah sampel yang diolah. Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dikelompokkan dalam interval berdasarkan pada nilai rata-rata skor. Skala penilaian yang

Lambang i pada persamaan di atas merupakan nilai interval kelas, dengan jarak yaitu nilai skor tertinggi dikurangi nilai skor terendah dan jumlah kelas yaitu kategori yang ditentukan. Skor terendah dalam penelitian ini adalah 1 dan skor tertinggi adalah 5 dengan

dibagi dengan total frekuensi atau total sampel. Perhitungan rata-rata dapat dituliskan dalam model matematik sebagai berikut.

$$X = \frac{(S1.f1)+(S2.f2)+(S3.f3)+(S4.f4)+(S5.f5)}{n}$$

ingin dibentuk pada penelitian ini berjumlah 5, dimana skor terendah adalah 1 dan skor tertinggi adalah 5. Penentuan interval kelas dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$i = \frac{\text{jarak}}{\text{jumlah kelas}}$$

jumlah katagori sebanyak 5, maka $i = (5-1) / 5$ mendapatkan hasil 0,8 sehingga interval untuk menilai variabel perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Penilaian Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

No	Kriteria	Rentang Nilai
1	Sangat Konsumtif	4,2 - < 5,0
2	Konsumtif	3,4 - < 4,2
3	Cukup Konsumtif	2,6 - < 3,4
4	Tidak Konsumtif	1,8 - < 2,6
5	Sangat Tidak Konsumtif	1,0 - < 1,8

Langkah yang sama dilakukan dalam menentukan kriteria interval untuk menilai variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek

online dalam belanja kuliner. Kriteria tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Penilaian Variabel Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner

No	Kriteria	Rentang Nilai
1	Sangat Terbiasa	4,2 - < 5,0
2	Terbiasa	3,4 - < 4,2
3	Cukup Terbiasa	2,6 - < 3,4
4	Tidak Terbiasa	1,8 - < 2,6
5	Sangat Tidak Terbiasa	1,0 - < 1,8

Teknik analisis data untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif mahasiswa dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu untuk menguji instrument penelitian sehingga didapatkan indikator-inikator yang valid dan tidak indikator yang tidak valid. Indikator yang valid akan dipertahankan, sedangkan indikator

yang tidak valid akan digugurkan dan tidak digunakan dalam penelitian. Setelah itu dilakukan uji normalitas dan uji linearitas sebelum dilakukan analisis *Product Moment Correlation*. Semua uji tersebut dilakukan dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25*. Untuk menganalisis data mengenai apakah perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja

kuliner memiliki hubungan yang signifikan, dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2016).

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Berdasarkan model persamaan tersebut, maka n merupakan jumlah responden, X merupakan variabel independent, Y merupakan variabel dependen, dan r adalah koefisien korelasi. Nilai besarnya koefisien korelasi berada diantara kurang dari atau sama dengan negatif satu hingga kurang dari atau sama dengan satu. Interpretasi dari nilai koefisien korelasi yaitu bila nilai r sama dengan negatif satu maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah dan mempunyai hubungan yang berlawanan. Apabila nilai r sama dengan satu atau mendekati satu, maka hubungan antar kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang searah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Umur Mahasiswa

No	Umur	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	17 tahun	0	0	2	2	2,469
2	18 tahun	29	19	2	50	61,728
3	19 tahun	12	11	2	25	30,9864
4	20 tahun	0	2	1	3	3,704
5	21 tahun	0	1	0	1	1,235

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan karakteristik umur mahasiswa pada Tabel 3, terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 berumur 18 tahun dengan persentase sebesar 61,728 persen. Mahasiswa yang memiliki frekuensi umur paling sedikit terdapat pada umur 21 tahun dengan persentase sebesar 1,235 persen. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan mahasiswa baru langsung mendaftar perguruan tinggi

1. Karakteristik Mahasiswa

Karakteristik mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dalam berbelanja online kuliner didapat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden sejumlah 81 mahasiswa tahun angkatan 2022 yang terdiri dari program studi Agribisnis (AGRI) sebanyak 41 mahasiswa, program studi Agroekoteknologi (AGRO) sebanyak 33 mahasiswa, dan program studi Arsitektur Lanskap (ARL) sebanyak tujuh mahasiswa. Data karakteristik mahasiswa yang didapat dari hasil wawancara dikelompokkan berdasarkan umur, jenis kelamin, program studi, uang saku, jumlah pendapatan tambahan, sumber pendapatan, jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan, jenis kuliner yang sering dibeli, frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu, dan jumlah transaksi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu. Karakteristik mahasiswa berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut.

setelah lulus dari sekolah menengah atas, dimana rata-rata siswa sekolah menengah atas lulus pada umur 18 tahun yang didukung oleh data dari dataset jumlah penduduk tingkat SMA dengan usia 16-18 tahun berdasarkan kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2013 s.d. 2017 (opendata.jabarprov.go.id). Karakteristik mahasiswa berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jenis Kelamin Mahasiswa

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	Perempuan	33	25	5	63	77,778
2	Laki-laki	8	8	2	18	22,222

Sumber: Data Diolah 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 yang melakukan belanja kuliner secara online didominasi oleh mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang dengan persentase 77,778 persen, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 18 orang dengan persentase 22,222 persen. Hal ini dapat dikarenakan perempuan memiliki kecenderungan yang lebih banyak untuk

melakukan keputusan pembelian produk secara online, tidak terkecuali produk kuliner. Sejalan dengan hasil penelitian Fitriani (2019) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih mudah mengambil keputusan pembelian secara online dibandingkan laki-laki karena adanya pengaruh perasaan *feminine* dan perasaan lebih *sensitive* ketika melihat iklan pada media online. Karakteristik mahasiswa berdasarkan program studi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Program Studi Mahasiswa

No	Program Studi	Total	Persentase
1	Agribisnis	41	50,617
2	Agroekoteknologi	33	40,741
3	Arsitektur Lanskap	7	8,642

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan pada Tabel 5, terlihat bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 yang melakukan belanja online kuliner pada program studi agribisnis sebanyak 41 orang dengan persentase 50,617 persen, pada program studi agroekoteknologi sebanyak 33 orang dengan persentase 40,741 serta pada program studi arsitektur lanskap sebanyak 7 orang dengan persentase 8,642

persen. Jumlah orang pada masing-masing program studi tersebut didapatkan dari hasil proporsi pada 81 sampel menggunakan *proporsional random sampling*. Uang saku merupakan uang yang digunakan untuk keperluan sewaktu – waktu. Karakteristik mahasiswa berdasarkan uang saku dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uang Saku Mahasiswa

No	Uang Saku	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	100.000 sampai 500.000	14	7	1	22	27,160
2	600.000 sampai 1.000.000	19	16	2	37	45,679
3	1.100.000 sampai 2.000.000	7	9	3	19	23,457
4	Diatas 2.000.000	1	1	1	3	3,704

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan data uang saku mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 tersebut, terlihat bahwa mahasiswa yang memiliki uang saku pada rentang Rp 600.000 sampai Rp 1.000.000 adalah yang terbanyak berjumlah 37 mahasiswa dengan persentase 45,679 persen, sedangkan terdapat hanya tiga orang mahasiswa yang memiliki uang saku lebih dari Rp 2.000.000 dengan nilai persentase terendah yaitu 3,704 persen. Uang saku tersebut dapat mendukung dan membantu mencukupi

kebutuhan mahasiswa, dimana uang saku juga memiliki hubungan yang erat dengan konsumsi. Semakin tinggi uang saku yang didapatkan mahasiswa setiap bulannya biasanya mahasiswa tersebut memiliki tingkat konsumsi yang tinggi pula. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti dan Oktapiani (2020) yaitu uang saku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan mahasiswa cenderung melakukan pembelian

impulsif dan suka membeli produk yang diinginkannya. Karakteristik mahasiswa

berdasarkan jumlah pendapatan tambahan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Pendapatan Tambahan

No	Jumlah Pendapatan Tambahan	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	0	26	25	3	54	66,667
2	100.000 sampai 500.000	7	6	3	16	19,753
3	600.000 sampai 1.000.000	6	1	0	7	8,642
4	1.100.000 sampai 2.000.000	2	1	0	3	3,704
5	Diatas 2.000.000	0	0	1	1	1,235

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 7, jumlah pendapatan tambahan di atas, dapat dilihat bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 yang tidak memiliki pendapatan tambahan berada pada peringkat persentase tertinggi dengan jumlah 54 orang dengan persentase sebesar 66,667 persen, sedangkan persentase terendah terdapat pada mahasiswa yang memiliki pendapatan tambahan lebih dari Rp 2.000.000 yaitu 1,235 persen dengan jumlah hanya satu orang mahasiswa saja. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 tidak memiliki pendapatan tambahan, dimana beban hidup mereka masih ditanggung oleh orang tua/walinya. Terdapat juga mahasiswa yang sudah memiliki pendapatan tambahan mulai

dari ratusan ribu hingga menyentuh jutaan rupiah. Adapun pendapatan tambahan tersebut didapat oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dari beasiswa yang diraih baik dari pemerintah maupun swasta dan pekerjaan tambahan yang dilakukan seperti *daily worker*, menjalankan bisnis, hingga mengikuti sebuah proyek pembangunan. Pendapatan merupakan nilai ekonomis yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan seseorang. Mahasiswa memperoleh pendapatan berupa uang saku yang dapat berasal dari orang tua, beasiswa, ataupun bekerja sambil kuliah (Rismayanti dan Oktapiani, 2020). Karakteristik mahasiswa berdasarkan sumber pendapatan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Sumber Pendapatan

No	Sumber Pendapatan	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	Orang tua	24	22	3	49	60,494
2	Beasiswa	0	3	0	3	3,704
3	Pekerjaan tambahan	1	0	0	1	1,235
4	Orang tua dan beasiswa	9	3	0	12	14,815
5	Orang tua dan pekerjaan tambahan	7	5	3	15	18,519
6	Beasiswa dan pekerjaan tambahan	0	0	1	1	1,235

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 8 sumber pendapatan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 berasal dari orang tua, beasiswa, dan pekerjaan tambahan. Orang tua merupakan sumber pendapatan

mahasiswa yang paling banyak dengan jumlah 49 orang dengan persentase sebesar 60,494 persen. Sumber pendapatan mahasiswa dari pekerjaan tambahan sebesar 1,235 persen dengan persentase terendah. Dapat diartikan

bahwa sebagian besar mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 mengandalkan uang saku yang berasal dari orang tua sebagai sumber pendapatan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Alfikalia (2017) mengemukakan bahwa mahasiswa secara ekonomi masih bergantung pada orang tua meskipun sudah menempuh pendidikan di

perguruan tinggi. Dukungan keuangan merupakan salah satu bentuk keterlibatan orang tua dalam pendidikan mahasiswa. Dukungan keuangan dapat meliputi biaya pendaftaran masuk, pembelian buku, kerja praktek, biaya transportasi, dan biaya hidup bagi mahasiswa yang tinggal terpisah dari orang tua.

Tabel 9. Jenis Aplikasi Ojek Online yang Sering Digunakan

No	Aplikasi Ojek Online yang Sering Digunakan	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	Gojek (<i>Go-Food</i>)	24	17	3	44	54,321
2	Grab (<i>Grab Food</i>)	7	7	3	17	20,988
3	Shopee (<i>Shopee Food</i>)	10	9	1	20	24,691

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan pada **Tabel 9** tersebut, terlihat bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 yang memesan online kuliner menggunakan *Go-Food* sebanyak 44 orang dengan persentase terbesar yaitu 54,321 persen, disusul oleh *Shopee Food* sebanyak 20 orang dengan persentase 24,691 persen, dan *Grab Food* sebanyak 17 orang dengan persentase terkecil yaitu 20,988 persen. Dapat disimpulkan bahwa *Go-Food* yang merupakan layanan pesan antar makanan pada aplikasi Gojek yang paling sering digunakan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dalam memesan kuliner secara online. Hasil survey yang dilakukan oleh Alvara Research Center pada tahun 2019 menyebutkan bahwa

sebanyak 70,7% informan menggunakan jasa pengantaran makanan *Go-Food* yang disediakan oleh Gojek, dan 39,9 % informan menggunakan jasa *Grab Food* untuk pengantaran makanan. Sejalan dengan hasil penelitian Romadhoni (2021) yang menyatakan bahwa layanan pesan antar *Go-Food* menjadi layanan paling banyak digunakan oleh konsumen. Faktor yang membuat *Go-Food* banyak digunakan adalah restoran yang tersedia dalam layanan *Go-Food* lebih banyak dari aplikasi pesaing dan pada saat melakukan pemesanan dengan jumlah banyak, *Go-Food* memberikan potongan harga yang tinggi jika penggunaanya melakukan pembayaran melalui Gopay. Karakteristik mahasiswa berdasarkan jenis kuliner yang sering dibeli dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jenis Kuliner yang Sering Dibeli

No	Jenis Kuliner	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	Minuman	3	5	1	9	11,111
2	Makanan cepat saji	9	5	1	15	18,519
3	Jajanan	6	7	2	15	18,519
4	Aneka nasi	10	7	1	18	22,222
5	Mi	13	9	2	24	29,630

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa produk minuman merupakan jenis kuliner yang paling sedikit dibeli. Jumlah mahasiswa yang membeli produk minuman sebanyak 9 orang dengan persentase 11,111

persen. Mi adalah jenis kuliner yang paling banyak dibeli dengan jumlah 24 orang dengan persentase 29,630 persen. Lebih rinci produk kuliner yang dibeli mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022



berdasarkan jenisnya adalah sebagai berikut: (1) Produk jenis minuman meliputi Es Teh Indonesia, *Chatime*, Kopi Janji Jiwa, *Mixue*, Milo, dan *Milk tea* (2) Produk jenis makanan cepat saji meliputi *McDonald's* dan *KFC* (3) Produk jenis jajanan meliputi martabak, roti bakar, kebab, pisang keju, *banana crispy*, seblak, *Panina Dessert*, donat mini, *crafe*, lukulokal, dan *brownies* (4) Produk jenis aneka nasi meliputi fuyung hay, nasi babi guling, lalapan, sushi, mentai, nasi ayam tempung, nasi goreng, nasi ayam geprek, nasi ayam bakar, dan nasi campur (5) Produk jenis mi meliputi mie kober dan mie gacoan. Dapat disimpulkan

bahwa mi merupakan jenis kuliner yang paling diminati mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Sejalan dengan Achsa (2022) yang menyatakan bahwa Mie Gacoan digemari oleh berbagai kalangan, tidak terkecuali kalangan muda. Hal itu disebabkan karena mie gacoan memiliki rasa yang khas serta pedas yang menjadikan kalangan muda tertarik untuk mencoba serta mengkonsumsinya. Mie Gacoan juga memiliki desain interior yang *aesthetic* yang bagus untuk dijadikan tempat berswafoto bersama teman-teman ataupun keluarga.

Tabel 11. Frekuensi Belanja Kuliner Menggunakan Ojek Online dalam Satu Minggu

No	Frekuensi kuliner	belanja	Jumlah (orang)			Total	Persentase
			AGRI	AGRO	ARL		
1	1 kali		24	18	2	44	54,321
2	2 kali		10	9	2	21	25,926
2	3 kali		4	3	1	8	9,877
3	4 kali		1	1	0	2	2,469
4	Diatas 4 kali		2	2	2	6	7,407

Sumber: Data Diolah 2023

Data pada Tabel 11 merupakan data frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu. Dapat dilihat bahwa terdapat 44 mahasiswa yang berbelanja online kuliner satu kali dalam seminggu dengan persentase 54,321 persen yang merupakan persentase terbesar. Sedangkan persentase terkecil berada pada mahasiswa yang berbelanja online kuliner sebanyak empat kali berjumlah dua mahasiswa dengan persentase

hanya 2,469 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 tidak memiliki kecenderungan yang tinggi dalam berperilaku konsumtif dikarenakan frekuensi belanja kuliner belum dapat mengindikasikan bahwa mahasiswa tersebut konsumtif, melainkan terdapat faktor lain yang perlu diperhatikan untuk menentukan mahasiswa tersebut konsumtif atau tidak.

Tabel 12. Jumlah Transaksi Belanja Kuliner Menggunakan Ojek Online dalam Satu Minggu

No	Jumlah Transaksi	Jumlah (orang)			Total	Persentase
		AGRI	AGRO	ARL		
1	0 sampai 50.000	22	16	1	39	48,148
2	60.000 sampai 100.000	13	11	3	27	33,333
3	110.000 sampai 200.000	4	6	2	12	14,815
4	Diatas 200.000	2	0	1	3	3,704

Sumber: Data Diolah 2023

Karakteristik mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 menurut jumlah transaksi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa sebanyak 39 mahasiswa mengeluarkan uang maksimal

Rp50.000 per minggu dengan persentase sebesar 48,148 persen. Sedangkan mahasiswa yang mengeluarkan uang lebih dari Rp200.000/minggu sebanyak tiga orang dengan persentase sebesar 3,704 persen. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa

kebanyakan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 memiliki pengeluaran yang sedikit dalam berbelanja online kuliner selama satu minggu. Hal ini dapat dikarenakan hampir sebagian mahasiswa dalam satu minggunya memiliki frekuensi belanja online kuliner menggunakan aplikasi ojek online yang tergolong rendah yaitu sekali per minggu sesuai dengan karakteristik frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu pada Tabel 11.

2. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana dalam Belanja Kuliner

Setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner, jawaban dari responden kemudian

ditabulasi dengan bantuan program *Microsoft Excel for Windows* untuk dianalisis secara deskriptif pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa dengan melihat nilai rata-rata (*mean*) pada setiap indikator agar dapat ditentukan mahasiswa memiliki perilaku konsumtif atau tidak. Berdasarkan hasil frekuensi jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), dan sangat setuju (SS) pada masing-masing indikator yang ditabulasikan terlebih dahulu kemudian dilakukan perhitungan menggunakan model persamaan 4. Hasil tersebut kemudian dianalisis menggunakan kriteria penilaian pada Tabel 1. Rata-rata (*mean*) pada masing-masing indikator perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 13

Tabel 13. Nilai Rata-rata Skor Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Variabel	Indikator	Rata-rata	Kriteria
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	1. Mengutamakan membeli kuliner yang diinginkan daripada yang dibutuhkan	3,691	Konsumtif
	2. Membeli kuliner secara berlebihan	2,272	Cukup Konsumtif
	3. Membeli kuliner karena kemasan menarik	3,198	Cukup konsumtif
	4. Membeli kuliner untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman	2,617	Cukup konsumtif
	5. Membeli kuliner untuk menaikkan status sosial	1,975	Tidak Konsumtif
	6. Membeli kuliner karena tertarik dengan iklan yang ditayangkan	3,494	Konsumtif
	7. Membeli kuliner karena diskon dan bonus yang ditawarkan	4,000	Konsumtif
	8. Membeli kuliner karena ajakan teman	3,210	Cukup konsumtif
	9. Memberi kuliner karena dipengaruhi oleh anggota keluarga	2,642	Cukup konsumtif
	10. Membeli kuliner atas pertimbangan harga bukan atas kebutuhan	3,901	Konsumtif
	11. Membeli kuliner karena terpengaruh oleh sosok yang diidolakan	2,123	Tidak konsumtif
	12. Membeli kuliner untuk mengikuti kelompok acuan	1,963	Tidak konsumtif
	Rata-rata	2,924	Cukup konsumtif

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Pertanian

Universitas Udayana Tahun 2022 diperoleh total skor rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 2,924 (Tabel 13). Skor tersebut menunjukkan bahwa

secara umum mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 memiliki perilaku yang cukup konsumtif dalam membeli online kuliner. Skor rata-rata (*mean*) terendah terletak pada indikator nomor 12 yaitu “Membeli kuliner untuk mengikuti kelompok acuan” dengan skor 1,963 yang menandakan tidak konsumtif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak membeli kuliner karena mengikuti kelompok yang digemari atau dijadikan acuan. Sedangkan skor rata-rata (*mean*) tertinggi terletak pada indikator nomor tujuh yaitu “Membeli kuliner karena diskon dan bonus yang ditawarkan” dengan skor 4,000 yang menandakan konsumtif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 berperilaku konsumtif dalam membeli online kuliner dikarenakan adanya diskon dan bonus yang ditawarkan aplikasi ojek online. Minanda et al. (2018) menyatakan bahwa saat berbelanja online, mahasiswa hanya terfokus pada tawaran diskon yang diberikan dan tidak lagi fokus pada kebutuhannya. Sehingga sering kali mahasiswa kehabisan uang meskipun masih awal bulan. Hal ini yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam belanja online. Merujuk pendapat Lutfiah (2022) yang

menyatakan bahwa tingkat konsumtif seseorang ditandai dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan. Timbulnya perilaku konsumtif pada seseorang di akibatkan faktor dari luar dan faktor dari dalam. Beberapa faktor luar yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah faktor budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga. Sedangkan faktor-faktor dalam yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup.

3. Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana

Berdasarkan hasil tabulasi data kuesioner dan analisis deskriptif kuantitatif dengan melakukan langkah-langkah yang sama seperti menentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana dalam Belanja Kuliner menggunakan model persamaan 4. Hasil rata-rata (*mean*) pencapaian skor tanggapan terhadap variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Nilai Rata-rata Skor Variabel Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner

Variabel	Indikator	Rata-rata	Kriteria
Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner	1. Selalu menggunakan aplikasi ojek online saat berbelanja kuliner	3,037	Cukup terbiasa
	2. Menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner untuk menghemat waktu	3,519	Terbiasa
	3. Menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner untuk menghemat tenaga	3,901	Terbiasa
	4. Memahami cara pembayaran saat bertransaksi	3,543	Terbiasa
	5. Memahami cara pemesanan kuliner	4,148	Terbiasa
	6. Merasa mudah dalam mencari kuliner yang diinginkan	3,864	Terbiasa
	7. Merasa nyaman saat bertransaksi dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan	3,963	Terbiasa
	8. Menggunakan aplikasi ojek online karena <i>merchant</i> bervariasi	3,247	Cukup terbiasa
	9. Menggunakan aplikasi ojek online karena pilihan kuliner beragam	3,593	Terbiasa
	10. Menggunakan aplikasi ojek online karena ongkos kirim terjangkau	3,790	Terbiasa

11.	Menggunakan aplikasi ojek online karena biaya jasa aplikasi murah	3,210	Cukup terbiasa
12.	Menggunakan aplikasi ojek online karena kualitas pelayanan yang baik	4,309	Sangat terbiasa
Rata-rata		3,677	Terbiasa

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 14, hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner diperoleh skor rata-rata jawaban responden sebesar 3,677. Skor tersebut menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Skor rata-rata (*mean*) tertinggi terletak pada indikator nomor 12 yaitu “Menggunakan aplikasi ojek online karena kualitas pelayanan yang baik” dengan skor rata-rata 4,309. Artinya mahasiswa sangat terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner karena kualitas pelayanannya yang baik. Sedangkan skor rata-rata (*mean*) terendah terletak pada indikator nomor satu yaitu “Selalu menggunakan aplikasi ojek online saat berbelanja kuliner” dengan skor 3,037 yang menandakan mahasiswa cukup terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja online kuliner. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan mahasiswa senang menggunakan aplikasi ojek online. Salah satu faktor sesuai indikator pada variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner yang menunjukkan kategori terbiasa adalah kualitas layanan yang diberikan. Sejalan

dengan penelitian Wibowo dan Rahayu (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh *Go-Food* meliputi berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan kepastian dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner

Dalam menentukan hubungan antara perilaku konsumtif mahasiswa dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu terhadap hasil kuesioner untuk menentukan layak atau tidaknya item pada kuesioner. Setelah mendapatkan item yang layak maka dapat dilakukan uji normalitas, uji linearitas, lalu analisis *product moment correlation*. Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan mengukur data yang sudah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak. Dalam penelitian ini validitas instrument diuji dengan menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25* dengan metode *product moment*. Adapun jumlah sampel yang diuji sebanyak 30 responden.

Tabel 15. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

No butir pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
1	0,001	Valid
2	0,509	Tidak valid
3	0,023	Valid
4	0,002	Valid
5	0,356	Tidak valid
6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,005	Valid
9	0,000	Valid
10	0,001	Valid
11	0,273	Tidak valid
12	0,048	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,050 jika signifikan lebih dari 0,050 maka item tidak valid (Priyatno, 2016). Berdasarkan hasil uji terhadap 12 pernyataan pada **Tabel 15** yang mengacu kepada indikator perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan bahwa terdapat sembilan indikator yang valid dan terdapat tiga indikator yang tidak valid. Adapun indikator yang tidak valid (gugur) itu adalah indikator

nomor 2 yaitu membeli kuliner secara berlebihan dengan nilai sig. 0,509, indikator nomor 5 yaitu membeli kuliner untuk menaikkan status social dengan nilai sig. 0,356, dan indikator nomor 11 yaitu membeli kuliner karena terpengaruh oleh sosok yang diidolakan dengan nilai sig. 0,273. Ketiga nilai signifikansi pada indikator tersebut memiliki nilai yang lebih dari 0,05 sehingga dikatakan tidak valid.

Tabel 16. Uji validitas variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner

No butir pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
13	0,015	Valid
14	0,000	Valid
15	0,001	Valid
16	0,000	Valid
17	0,000	Valid
18	0,008	Valid
19	0,000	Valid
20	0,000	Valid
21	0,001	Valid
22	0,000	Valid
23	0,076	Tidak valid
24	0,013	Valid

Sumber: Data diolah 2023

Hasil uji validitas pada 12 pernyataan yang mengacu kepada indikator variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner pada Tabel 16 menunjukkan terdapat 11 indikator yang valid dan terdapat satu indikator yang tidak valid. Indikator yang tidak valid tersebut terdapat pada no butir pertanyaan 23 yaitu indikator menggunakan aplikasi ojek online karena biaya

jasa aplikasi murah. Hal itu dikarenakan nilai signifikansi indikator tersebut sebesar 0,076 yang lebih besar dibandingkan 0,05 sehingga dinyatakan tidak valid (gugur). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25*. Pengukuran reliabilitas dilakukan hanya sekali melalui uji statistik yang digunakan dan dipakai adalah *Cronbach Alpha*.

Tabel 17. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	0,685	Reliabel
Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner	0,836	Reliabel

Sumber: Data diolah 2023

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 17 menunjukkan variabel perilaku konsumtif mahasiswa memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,685 dan variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar

0,836. Kedua variabel ini dikatakan reliabel dikarenakan memiliki nilai *cronbach's alpha* yang mendekati satu sehingga dapat diujikan kembali untuk pengambilan data. Menurut Priyatno (2016) Instrumen yang *reliable* atau tidak *reliable* dapat ditentukan menggunakan

batasan yakni reliabilitas yang kurang baik memiliki nilai kurang dari 0,6, reliabilitas yang dapat diterima bernilai 0,6 sampai 0,79 dan reliabilitas yang baik memiliki nilai diatas 0,8 sampai 1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perilaku konsumtif mahasiswa memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diterima, sedangkan variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja

kuliner memiliki tingkat reliabilitas yang baik, artinya memiliki konsistensi yang tinggi. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan uji normalitas metode *one sample kolmogorov smirnov* berbantuan program *IBM SPSS Statistics 25*. Sampel yang digunakan pada uji ini adalah 81 mahasiswa.

Tabel 18. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,093
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,077

Sumber: Data Diolah 2023

Data yang berdistribusi normal memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,050, data yang tidak berdistribusi normal memiliki nilai kurang dari 0,050. Berdasarkan tabel uji normalitas di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,077 dimana lebih besar dari 0,050. Merujuk kepada dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* di atas, maka

dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Uji linearitas bermaksud untuk mengetahui bentuk hubungan antara kedua variabel. Pengujian linearitas ini dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25* menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,050. Jika *deviation from linearity sig.* lebih besar dari 0,050 maka data dikatakan linear.

Tabel 18. Uji Linearitas

<i>Linearity</i>		F	Sig.
Perilaku Konsumtif Mahasiswa*	<i>Combined</i>	1,987	0,016
Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner	<i>Linearity</i>	33,413	0,000
	<i>Deviation from linearity</i>	0,779	0,753

Sumber: Data Diolah 2023

Hasil uji linearitas pada **Tabel 17** menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapat dari *deviation from linearity* sebesar 0,753. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan linear. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja

kuliner. Analisis *Product Moment Correlation* dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Analisis ini dilaksanakan menggunakan *Product Moment Correlation* oleh Pearson dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*.

Tabel 19. Analisis Product Moment Correlation

Correlations		
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Kebiasaan Penggunaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner	

Perilaku Mahasiswa	Konsumsi	<i>Pearson Correlation</i>	1	0,560
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		0,000
Kebiasaan Aplikasi Ojek Online dalam Belanja Kuliner	Penggunaan	<i>Pearson Correlation</i>	0,560	1
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000	

Sumber: Data diolah 2023

Dari hasil uji pada Tabel 19, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,050 maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Nilai korelasi (r) positif sebesar 0,560 menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner berada pada kategori sedang. Hal tersebut dikarenakan perilaku mahasiswa yang cukup konsumtif dalam belanja kuliner dan mereka terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam membeli kuliner tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner dengan tingkat hubungan yang sedang.

5. Peluang Usaha Kuliner pada Bidang Agribisnis

Berdasarkan hasil yang didapat dari karakteristik jenis kuliner yang sering dibeli, mi merupakan jenis kuliner yang paling banyak dibeli oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022. Bayam dan wortel merupakan hasil produk pertanian yang kaya akan vitamin dan dapat dijadikan bahan baku pembuatan mi organik. Mi organik akan banyak diminati oleh orang yang memiliki gaya hidup sehat untuk dikonsumsi baik untuk orang dewasa bahkan anak-anak. Menurut Wong dan Aini, 2017 (dalam Mustikawati et al., 2021) beberapa tahun belakangan, pola makan yang sehat dipengaruhi oleh adanya kesadaran terhadap kesehatan. Pola makan sehat dapat dilihat dengan mengkonsumsi makanan organik. Konsumen produk organik sadar akan asupan makanan yang dapat mempengaruhi kesehatan, sehingga mereka cenderung akan menghargai kesehatan serta mereka akan bersedia mengganti makanan mereka untuk

meningkatkan kesehatan. Sehingga bisnis mi organik dapat dijadikan salah satu pilihan dalam usaha kuliner pada bidang agribisnis. Berdasarkan hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner yang menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Tidak menutup kemungkinan bahwa selain mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 juga terbiasa dalam menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Go-jek merupakan aplikasi ojek online yang paling banyak digunakan mahasiswa berdasarkan hasil karakteristik jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan. Pelaku bisnis bisa memasarkan usaha kuliner mi organik melalui *Go-Food*. Pembeli dapat dengan mudah mencari mi organik di *Go-Food*, selain itu pembeli juga dapat menghemat waktu dan tenaganya dengan memesan mi organik secara online. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan *Go-Food* tentunya dapat membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja kuliner. Menggunakan strategi pemasaran dengan memasang foto produk mi organik yang menggugah selera dapat menarik minat pembeli dalam membeli produk mi organik. Selain itu, iklan yang menarik ditambah adanya potongan harga juga dapat membuat pembeli tertarik dengan produk mi organik. Hal tersebut sesuai dengan rata-rata (*mean*) pada indikator membeli kuliner karena tertarik dengan iklan yang ditayangkan dan indikator membeli kuliner karena diskon dan bonus yang ditawarkan yang masuk dalam kategori konsumtif pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mi organik dapat dijadikan peluang usaha kuliner pada bidang agribisnis yang menjanjikan menggunakan strategi pemasaran berupa iklan yang menarik ditambah adanya

potongan harga yang dapat menarik pembeli. Produk mi organik dapat dijual/dipasarkan pada aplikasi Gojek (*Go-Food*) karena berbagai

KESIMPULAN

Karakteristik mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 yang berbelanja kuliner menggunakan aplikasi ojek online berdasarkan umur sebagian besar 18 tahun, berdasarkan jenis kelamin mayoritas perempuan, berdasarkan program studi kebanyakan adalah Agribisnis, berdasarkan uang saku mayoritas berkisar antara Rp600.000 sampai Rp1.000.000, berdasarkan jumlah pendapatan tambahan sebagian besar Rp0, sumber pendapatan mayoritas berasal dari orang tua. Jenis aplikasi ojek online yang sering digunakan kebanyakan adalah Gojek (*Go-Food*), jenis kuliner yang sering dibeli yaitu mi, frekuensi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu sebagian besar adalah satu kali, dan jumlah transaksi belanja kuliner menggunakan ojek online dalam satu minggu mayoritas berkisar pada rentang Rp0 sampai Rp50.000.

Mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022 dalam belanja kuliner melalui ojek online menunjukkan perilaku yang cukup konsumtif dan terbiasa menggunakan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner. Sehingga menyebabkan adanya hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kebiasaan penggunaan aplikasi ojek online dalam belanja kuliner dengan tingkat hubungan yang sedang.

Bisnis mi organik dapat dijadikan peluang usaha kuliner pada bidang agribisnis yang menjanjikan menggunakan strategi pemasaran berupa iklan yang menarik ditambah adanya potongan harga yang dapat menarik pembeli. Produk mi organik dapat dijual/dipasarkan pada aplikasi Gojek (*Go-Food*) karena berbagai kemudahan yang ditawarkan tentunya dapat membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., dan Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif

kemudahan yang ditawarkan tentunya dapat membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja kuliner.

Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>

Achsa, A. 2022. Analisis Citra Merek, Promosi, dan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Mie Gacoan Magelang). *Ecoducation Economics & Education Journal*, 4(2), 181–206.

Ali, I., Fahrurrozi, dan Sayyidi. (2020). Analisis Layanan Ojek Online PT . Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam. 3(1), 147–157.

Alfan, A. C. 2019. Karakteristik Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce. *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1).

Alfakalia. 2017. Keterlibatan Orang Tua Dalam Pendidikan Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Inquiry Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 42-54.

Anggraeny, A., D., Yudhari, D., A., S., Arisena, G., M., K. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Oles Bokashi. *Jurnal Hexagro*, 6(2), 83 - 97.

Arikunto, S. (2021). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *CCIT Journal*, 12(1), 99–107. <https://doi.org/10.33050/ccit.v12i1.605>

Hikmawati, K. A., Arifin, Z., dan Hidayat, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 11–18. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1450/1829>

Kurnia, Yesi. 2018. Tingkat Kepuasan Pemustaka Terhadap Layanan Dan



- Koleksi Bahan Pustaka Pada Perpustakaan Keliling Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Palembang. *Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., dan Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6.
- Lutfiah, L., Basri, M., Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran (JPPK)*, 11(3), 1-10.
- Minanda, A., Roslan, S., dan Anggraini, D. (2018). Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal*, 3(2), 433 – 440.
- Mujahidah, A., N. (2020). Analisis perilaku konsumtif dan penanganannya (studi kasus pada satu peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar). *SI Thesis, Universitas Negeri Makassar.*, 1–16.
- Mustikawati, E., Utama, L., Ruslim, T.S., dan Wijaya, H. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Makanan Organik. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(2), 146 – 161.
- Nurbayti. (2019). Tren Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 1(1), 1–10.
- Pramita, R., A., Susrusa., K., B., Arisena., dan G., M., K. (2022). Pengaruh Jenis *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Bibit Durian Musang King. *Jurnal Hexagro*, 6(2), 153 - 175.
- Priyatno, Duwi. (2016). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Rismayanti, dan Oktapiani. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. 2019, 31–37.
- Romadhoni, M., A., Maika, M., R. 2021. Analisis Model Bisnis Berbasis Ekosistem Aplikasi Go-Jek Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Saintekom*, 11(2), 74-86.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D. 2016. Bandung: Alfabeta.
- Utami, Sri. (2018). Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.
- Wibowo, H. O., dan Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70–78.