



Pengaruh fitur *go-food* pada aplikasi *go-jek* terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital

Sri Nurhayati¹, Siti Nurbayani², Asep Dahliyana³

¹ Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, srihyt4@gmail.com

² Dosen Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, s.nubayani@upi.edu; asepdahly@upi.edu

ABSTRAK

Go-Food merupakan salah satu fitur layanan yang terdapat pada aplikasi *Go-Jek*. Layanan *Go-Food* adalah jasa pesan antar makanan secara *online*, dan *Go-Food* berhasil menarik perhatian masyarakat hingga banyak yang mengunduh aplikasi digital tersebut. Penggunaan *Go-Food* yang berlebihan dapat mempengaruhi gaya hidup mahasiswa dan dapat berdampak pada perilaku konsumtif bahkan sifat hedonisme. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh penggunaan *Go-Food* terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode studi deskriptif. Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling* dan menggunakan rumus Slovin dengan peluang kesalahan 10% adapun hasil sampelnya sejumlah 100 responden. Instrumen penelitian berupa angket tertutup. Masing-masing kuesioner memiliki tingkat reliabilitas 0,903 untuk penggunaan *Go-Food* dengan 20 item valid dan 0,950 untuk gaya hidup dengan 22 item valid. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana didapatkan nilai signifikansi (p) = 0,00 ($p < 0,05$) artinya ada pengaruh positif signifikansi penggunaan *Go-Food* terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

Sejarah Artikel

Diterima : 9 Agustus 2020

Disetujui : 24 Desember 2020

Kata kunci:

Go-food, gaya hidup, mahasiswa

Pendahuluan

Aplikasi digital merupakan keberhasilan teknologi yang dapat dirasakan oleh semua orang, sebab penggunaan dan penerapannya mudah untuk dilakukan bagi manusia modern atau masyarakat kota. Masyarakat Kota banyak menghabiskan waktu dengan perangkat digital, sehingga membutuhkan internet untuk menjalankannya. Meningkatnya jumlah pengguna internet ditandai dengan menjamurnya program aplikasi yang berjalan seiring diproduksinya *smarthphone* dengan *operating system (os)* yang semakin mendekati diri pada kehidupan manusia ditujukan demi kemudahan dan kenyamanan penggunaannya (Lutfiah, 2019; Setiawan, 2017). Perangkat teknologi digital kini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk membantu manusia di dalam melakukan aktivitas atau pekerjaan tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup (Sulistyaningtyas et al., 2012). Berbagai macam penggunaan teknologi tersebut dapat mempengaruhi keberagaman *trend* gaya hidup salah satunya pola konsumsi yang dilakukan secara *online*.

Merujuk pada pengertian gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney (2011) mendefinisikan:

Gaya hidup sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Gaya hidup tergantung pada kultural yang masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu

individu dan kelompok, namun bukan sebagai suatu pengalaman sosial, tetapi lebih cenderung kepada seperangkat praktik dan sikap-sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu.

Gaya hidup sendiri memiliki pengukuran yang mencakup AIO (*Activities, Interest, Opinion*). Adapun jenis dimensi dari AIO atau pengukuran psikografik dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. Komponen Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Isu sosial
Kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Masyarakat	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota club	Fashion	Pendidikan
Masyarakat	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Keberhasilan	Budaya

(Sumber: Sumarwan, 2004)

Alat ukur ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana komponen gaya hidup yang sering dilakukan responden. Cara bagaimana dalam mengalokasikan dan menghabiskan ataupun menggunakan waktu dan uangnya digunakan untuk apa dan seperti apa.

Teknologi merupakan contoh riil terkait penemuan baru dalam masyarakat yang menyebabkan perubahan sosial itu terjadi. Pola gaya hidup yang berubah adalah implikasi dari penggunaan teknologi tersebut. William Ogburn (2012) mengungkapkan bahwa perubahan teknologi akan berjalan lebih cepat dibanding dengan perubahan pada budaya, pemikiran, kepercayaan, nilai-nilai, dan norma-norma yang menjadi alat untuk mengatur kehidupan manusia. Sejalan dengan bermunculan aplikasi digital, masyarakat lebih mudah terbuka untuk menerima, dan cepat beradaptasi untuk menggunakannya dalam menunjang kemudahan aktivitas sehari-hari. Oleh sebab itu, penggunaan aplikasi fitur pemesanan makanan secara online ini merupakan bagian pola konsumsi yang terjadi adanya perubahan akibat dari perubahan sosial. Di mana masyarakat tidak perlu lagi untuk pergi ke rumah makan atau ke tempat penjual makanan untuk membeli makanan tetapi kini masyarakat bisa memesan makanan tanpa harus pergi ke tempat penjual makanan melainkan masyarakat bisa memesan makanan hanya dengan *smarthphone* melalui aplikasi Go-Jek fitur *Go-Food*.

Aplikasi yang sukses di Indonesia adalah Go-Jek, sebab memiliki fitur pelayanan yang menarik dan lengkap untuk membantu memudahkan suatu pekerjaan. Dalam pelayanan fitur yang tersedia di Go-Jek ada salah satu pelayanan di jasa antar makanan secara online yaitu diberi nama *Go-Food* dan menjadi fitur layanan *favorite* bagi mahasiswa. Hal tersebut dapat terjadi karena anak muda yang menjadi pangsa pasar bagi Go-Food. Di dukung dengan data yang dikeluarkan oleh IDN Times bahwa telah melakukan survei berjudul "Millenials Kecanduan Pesan antar Makanan, Hemat Waktu atau Males ?" (Diakses dari <https://www.idntimes.com> terbitan 19 Februari 2019) bahwa dengan melibatkan 258 orang sebagai sampel yang tersebar di 6 kota besar di Indonesia yaitu DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Yogyakarta dan Bali. Adapun beberapa hasilnya bahwa anak muda jadi pasar besar layanan pesan antar makanan, hasil yang paling tinggi berdasarkan usia 21-25 tahun (48,4%), 26-30 tahun (30,2%), 15-20 (15,5%), dan diatas 30 tahun (5,8%).

Hasil berdasarkan pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa (44,2%), pegawai swasta (39,5%), Wiraswasta (10,15%) dan pegawai pemerintah (6,2%) (Cahya, 2019). Diperoleh informasi bahwa 44,2% dari kalangan pelajar atau mahasiswa sukses menjadi mayoritas terbanyak pengguna Go-Food.

Namun, tidak jarang juga mahasiswa terlalu bergantung dengan adanya kemudahan dari Go-Food, mahasiswa menjadi pemalas untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri (Setyaningsih, 2018). Hal-hal seperti ini yang biasanya disebut *bad impact* dari kemudahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi. Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada (A'yun, 2019).

Tujuan lain penggunaan Go-Food dapat ditemukan dari beberapa mahasiswa bahwa menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food ini pada awalnya berbelanja hanya untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya atau *basic needs* dan *safety needs* tetapi ternyata ada kebutuhan lain yang mengiringi itu yaitu *estern needs*. Kebutuhan akan rasa ingin dihargai oleh teman-teman mahasiswa lainnya melalui *instatory whatsapp* maupun *instagram* supaya dapat terlihat sebagai generasi yang hidup di zaman digital ini, maka mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) berkontribusi untuk menggunakan aplikasi digital dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak sadar akan kemampuan ekonominya.

Kondisi mahasiswa sebagai pengguna *Go-Food* ini kurang menunjukkan layaknya seorang mahasiswa ideal yang berada di lingkungan pendidikan seharusnya bisa lebih bijak dalam menggunakan aplikasi Go-Jek fitur *Go-Food* untuk terhindar dari sikap konsumtif akibat adanya peningkatan hasrat yang ingin selalu membeli pada makan dan minum yang tersedia di *Go-Food* dan gaya hidup baru yang bisa berdampak pada perilaku negatif. Hal ini sesuai dengan indikator dari gaya hidup pada aspek minat yang mana ada ketertarikan terhadap suatu produk sehingga terus menerus membeli suatu objek atau produk tertentu yang diminatinya (Widjaja, 2010). Namun, hal itu tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa juga ikut terpengaruh atas adanya kemudahan aplikasi digital Go-Jek dengan fitur pelayanan *Go-Food* terhadap perubahan gaya hidup yang dianut oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

Metode

Pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif merupakan desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Lokasi penelitian ini adalah di Universitas Pendidikan Indonesia, partisipan pada penelitian ini yang dipilih adalah mahasiswa aktif UPI angkatan 2017, angkatan 2018 dan angkatan 2019 yang sedang melanjutkan Strata 1 pada semester genap 2019/2020. Peneliti menggunakan pemilihan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dan menggunakan rumus Slovin dengan peluang kesalahan 10%. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diketahui sebanyak 100 responden yang hendak diteliti dalam penelitian ini. Jumlah 100 responden dipilih secara random dari keterwakilan setiap fakultas yang ada di UPI.

Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket tertutup sebagai instrumen penelitian. Kuesioner menggunakan angket online melalui *Google Form* yang disebarakan ketiap mahasiswa sebagai perwakilan fakultasnya, penyebaran kuesioner dengan cara *personal contact* via media sosial

Instagram, Whats App dan Line serta disebar ke grup-grup yang didalamnya terdapat banyak anggota dari mahasiswa angkatan 2017, 2018 dan 2019. Angket ini menggunakan skala likert dengan jumlah pernyataan sebanyak 42 item yang valid setelah uji validitas.

Teknik analisis data yang digunakan teknik analisis data deskriptif, statistik deskriptif yang digunakan menggunakan bantuan *Software IBM SPSS Statistic 24* dengan menghitung rata-rata dan standar deviasi yang kemudian dikategorisasi ke dalam skor yang telah menjadi acuan atau norma antara penggunaan Go-Food dan gaya hidup mahasiswa. Kategorisasi yang telah dilakukan lalu dipersentasekan untuk melihat frekuensi jawaban yang dikategorikan. Kategorisasi diperoleh dengan menentukan nilai indeks minimum, maksimum, interval, dan jarak. Uji statistik yang dapat digunakan selanjutnya adalah uji normalitas. Uji analisis korelasi dengan teknik korelasi *Product Moment*. Lalu dilakukan uji regresi linear sederhana dan dilakukan uji determinasi untuk mengetahui hubungan diantara variabel-variabel.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas pada variabel X (pengguna Go-Food) dinyatakan valid 20 item dan variabel Y (Gaya Hidup) memiliki tiga item dinyatakan tidak valid dan jumlah 22 item pernyataan valid. Berdasarkan pertimbangan untuk menjawab penelitian maka item yang dinyatakan tidak valid pada variabel X dan variabel Y tidak lagi digunakan karena dapat terwakilkan jawabannya oleh item pernyataan yang valid. Maka total dari butir item pernyataan dapat digunakan yaitu sebanyak 42 item. Selanjutnya hasil analisa uji reliabilitas dengan menggunakan *alpha cronbach*, diperoleh hasil bahwa nilai koefisiensi reliabilitas diketahui pada variabel X diperoleh nilai sebesar 0,903 dari 20 jumlah item kuesioner yang valid. Sementara itu pada variabel Y diperoleh nilai sebesar 0,950 dari 22 jumlah item yang valid. Hingga dapat ditarik kesimpulan bahwa keduanya memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0,65 sehingga instrumen penelitian kuesioner dapat dinyatakan reliabel dengan nilai yang sangat tinggi.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas sebesar 0,200. Hal ini berarti nilai $0,200 > 0,05$, maka dapat ditentukan data berdistribusi normal dan memenuhi syarat analisis parametrik.

Pengaruh penggunaan Go-Food pada aplikasi Go-Jek terhadap gaya hidup mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis dan didapatkan persamaan regresi linear sederhana, yakni:

$$\hat{Y} = a + bX$$
$$\hat{Y} = 8,548 + 0,942X$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui bahwa nilai konstantanya adalah sebesar 8,548. Nilai konstanta ini menyatakan bahwa gaya hidup akan bernilai 8,548 apabila nilai penggunaan *Go-Food* atau variabel X adalah 0. Nilai koefisien regresi variabel bebas yang positif (0,942) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (Penggunaan *Go-Food*) dengan variabel terikat (Gaya Hidup) adalah positif satu arah. Dari nilai $b = 0,942$ berarti bahwa variabel gaya hidup mahasiswa akan bertambah sebesar 0,942 apabila penggunaan Go-Food bertambah naik satu kali atau satu point.

Selanjutnya pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana hendak dilakukan dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi dari variabel X (penggunaan *Go-Food*) sebesar 0,000. Hal ini dapat dinyatakan nilai sig. $0,000 < 0,05$,

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan Go-Food (X) berpengaruh positif terhadap variabel gaya hidup (Y).

Nilai R pada hasil perhitungan di atas diperoleh sebesar 0,837, dimana hasil tersebut merupakan nilai korelasi antara penggunaan *Go-Food* terhadap gaya hidup mahasiswa UPI di era digital. Kemudian untuk melihat seberapa besar kontribusi penggunaan *Go-Food* mempengaruhi gaya hidup mahasiswa digunakan rumus koefisien determinasi dengan rumus $KD = r^2 \times 100\% = 0,837^2 \times 100\% = 70,1\%$. Dari hasil perhitungan diatas pada koefisien determinasi melalui software IBM SPSS 24 menunjukkan penggunaan *Go-Food* berpengaruh sebesar 70,1% terhadap gaya hidup mahasiswa UPI di era digital, sedangkan 29,9% lainnya disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Sebuah pola konsumsi dibentuk dari adanya perilaku-perilaku yang terbentuk menjadi kebiasaan yang diulang secara terus menerus dan diikuti oleh banyak orang hingga terbentuklah sebuah pola. Pola konsumsi yang termasuk perilaku konsumsi didalamnya memiliki perubahan yang berawal konsumsi itu hanya cukup sebatas untuk memenuhi perut saja tetapi yang terjadi sekarang ini adalah dipicu oleh hasrat keinginan memakan sebuah makanan tertentu dengan nilai prestige terhadap produk makanan selain dari pemenuhan perut. Sehingga pola konsumsi yang dilakukan untuk mengisi keseharian individu merupakan salah satu unsur pendukung gaya hidup. Mengingat teori kebutuhan Abraham Maslow yang mengemukakan bahwa pencapaian terbesar dalam hidup adalah memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Terkait pola konsumsi merupakan kebutuhan sekunder yang menjadi pokok pertama suatu kebutuhan yang hendak terpenuhi. Abraham Maslow menyatakan lima tingkatan kebutuhan dasar manusia adalah basic needs atau kebutuhan fisiologi, safety needs atau kebutuhan akan keselamatan, love needs atau kebutuhan memiliki dan rasa cinta, esteem needs atau kebutuhan akan harga diri dan self actualisation needs atau kebutuhan akan perwujudan diri (Maslow, 1993). Sejalan dengan pemenuhan kebutuhan dari teori kebutuhan Abraham Maslow bahwa mahasiswa dalam penggunaan Go-Food pada penelitian ini lebih mengutamakan basic needs terlebih dahulu yang kemudian diiringi oleh esteem needs, namun kebutuhan terhadap basic needs sendiri kerap memakan jenis makanan sesuai keinginan bukan atas dasar apa yang tersedia kemudian dimakan, tetapi ketika makanan yang diinginkan tidak terpenuhi maka jalan terakhirnya tetap memakan apa yang tersedia di sekitarnya. Terkait kebutuhan esteem needs mahasiswa pun membutuhkan sebuah penghargaan diri yang turut diakui oleh orang lain, hingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut mahasiswa kerap memposting story apa yang sedang dilakukan, dimana ia berada dan tak segan untuk mengupload makanan atau minuman yang hendak di santapnya. Terbukti pada hasil persentase sub indikator selalu ingin menjadi pusat perhatian pada kategori tinggi sebesar 23%, ini artinya mahasiswa yang menjawab pernyataan “produk makanan atau minuman yang sudah saya beli biasa saya posting terlebih dahulu sebelum menyantapnya untuk meningkatkan citra diri saya” respon yang termasuk tinggi itu dengan persentase 23%. Namun pada sub indikator ini yang lebih mendominasi pada kategori rendah dengan persentase 44%, walaupun begitu tetap seorang mahasiswa memiliki kebutuhan akan harga diri yang diakui oleh orang lain bisa jadi dengan cara yang berbeda bukan dengan cara yang harus memposting story kehidupannya.

Chaney menambahkan perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui reflektivitas institusional bahwa keterbukaan (openness) kehidupan sosial masa kini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam otoritas, pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian (Chaney, 2011). Sejalan dengan pernyataan tersebut bahwa mahasiswa terbuka menggunakan Go-Food dalam aktivitas memesan makanan atau minuman bukan hanya sekadar pemenuhan kebutuhan fisiologisnya tetapi juga

untuk berkontribusi terhadap gaya hidup sekaligus meningkatkan identitas diri di era digital supaya tidak dianggap ketinggalan zaman.

Tingkat Penggunaan Go-Food

Tabel 2. Kategorisasi Variabel Penggunaan Fitur Go-Food

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Penggunaan Fitur Go-Food pada Aplikasi Go-Jek	Rendah	35	35%
	Sedang	55	55%
	Tinggi	10	10%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Peneliti, 2020

Dari seluruh indikator tingkat penggunaan fitur *Go-Food* aplikasi Go-Jek menunjukkan bahwa lebih dari setengahnya yaitu 55% atau 55 mahasiswa memiliki tingkat penggunaan fitur *Go-Food* yang sedang. Hal ini berarti tingkat penggunaan *Go-Food* pada mahasiswa UPI masih tergolong normal, tidak berlebihan dalam penggunaannya mampu mengatur waktu penggunaan *Go-Food* karena mahasiswa pun melihat kondisi keuangan untuk kedepannya dan tidak sepenuhnya semua mahasiswa UPI melakukan pemesanan makanan melalui *Go-Food* setiap harinya karena mahasiswa masih bisa memenuhi fisiologisnya dengan cara lain seperti memasak sendiri, dan membeli makanan secara konvensional atau membeli makanan langsung tanpa melalui perantara pihak ke tiga.

Terkait aplikasi digital termasuk *Go-Food* merupakan hasil dari suksesnya teknologi tetapi disamping itu ada keterkaitan dengan perubahan sosial. Relevansinya dengan teori perubahan sosial yang dikemukakan oleh William Ogburn (Setiadi & Kolip, 2013) menyatakan “perubahan teknologi akan berjalan lebih cepat dibanding dengan perubahan pada budaya, pemikiran, kepercayaan, nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi alat untuk mengatur kehidupan manusia”. Pernyataan dari Ogburn memang klasik dan masih bisa dipakai pernyataannya hingga saat ini sesuai fakta dilapangan bahwa pada penelitian inipun mahasiswa sebagai responden mudah sekali menerima kemajuan teknologi dan cepat beradaptasi karena memang kemudahan dari teknologi itu sendiri. Adanya aplikasi Go-Jek dengan beberapa pelayanan yang mampu memudahkan aktivitas kehidupan merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang nyata, mahasiswa menggunakan smartphone tidak hanya untuk sekedar chattingan menerima atau mengirim pesan/telpon, tetapi dengan smartphone mahasiswa bisa memanfaatkan peluang tersebut seperti untuk berjualan, membuat konten kreator gambar/photo maupun video yang mampu menghasilkan uang, berbelanja secara online, dan bergaya.

Tingkat Gaya Hidup Mahasiswa

Tabel 3. Kategorisasi Gaya Hidup

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Gaya Hidup Mahasiswa UPI di Era Digital	Rendah	12	12%
	Sedang	67	67%
	Tinggi	21	21%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Peneliti, 2020

Dari 100 responden didapatkan 67 responden atau 67% tingkat gaya hidup mahasiswa yang sedang. Berdasarkan indikator gaya hidup yang memiliki tiga indikator yaitu aktivitas, minat dan opini. Pada setiap indikatornya terdapat sub indikator yang bisa membantu lebih jelas arah penelitian. Adapun indikator dan sub indikator dari gaya hidup adalah aktivitas dengan sub indikatornya frekuensi pembelian yang sering, motif pembelian barang dan membeli barang yang mahal; indikator kedua ada minat dengan sub indikatornya adalah ketertarikan terhadap produk, ketertarikan terhadap nilai prestige barang, perilaku yang mewakili gaya hidupnya; dan indikator terakhir ada opini dengan sub indikator senang mengikuti tren, selalu ingin menjadi pusat perhatian, cenderung ikut-ikutan dan pandangan terkait objek.

Sejalan dengan pernyataan Choi Son Yu (2011) yang mengidentifikasi *e-lifestyle* memiliki tujuh tipe salah satunya adalah *need drive*. Bagi orang-orang yang memanfaatkan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan pekerjaannya, seperti untuk memperoleh informasi, berita, berbelanja, internet banking, jasa keuangan dan teknologi informasi serta komunikasi disebut sebagai *need driven*. Tergambarkan dari indikator tersebut bahwa mahasiswa yang mengikuti tren gaya hidup baik *fashion*, *food* dan *fun* lainnya merupakan tipe *need driven*, karena mahasiswa cenderung mengadopsi atau menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan mencari informasi apa yang sedang tren saat ini supaya tidak tertinggal dan tetap mengikuti tren tersebut, tentu masih ada kebutuhan lainnya yang dapat menunjang kehidupan mahasiswa selama berselancar di internet. Chaney mengemukakan perspektif pemasaran dari gaya hidup itu ada dua, salah satunya analisis gaya hidup tidak bisa menjadi dikategorikan statis tetapi berfokus pada tren sosial (Chaney, 2011). Sebuah tren tidak akan menjadi populer di masyarakat ketika dari masyarakatnya sendiri tidak saling diikuti dan mengikuti tren tersebut, hingga terjadilah kecenderungan saling mengikuti satu sama lain supaya tetap dianggap sebagai masyarakat yang mengikuti pergaulan sesuai gaya hidup yang berlaku pada zaman modern ini.

Simpulan

Hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penggunaan Go-Food pada aplikasi Go-Jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 di tolak. Memiliki arti bahwa hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini diterima memperoleh hasil kesimpulan terdapat pengaruh signifikan antara variabel penggunaan Go-Food (X) terhadap variabel gaya hidup mahasiswa (Y). Penggunaan fitur Go-Food pada aplikasi Go-Jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital pada mahasiswa UPI memiliki hubungan positif dan berada pada kategori sedang. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa angkatan 2017, 2018 dan 2019 termasuk sebagai generasi *millennials* yang hidup di era digital memiliki ketergantungan dengan jaringan internet hingga mampu memanfaatkan dan menghabiskan waktunya cukup dengan *smartphone*. Sehingga gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh teknologi dengan tidak lupa akan tugas akademiknya.

Implikasi penelitian ini ditujukan pada mahasiswa, pihak kampus UPI, dan perusahaan Go-Jek yang sama-sama berkontribusi untuk menghadapi teknologi perlu saling menguatkan untuk meminimalisir terhadap dampak perilaku yang tidak baik bagi penggunaannya khususnya dikalangan mahasiswa. Rekomendasi bagi pihak kampus UPI, terkait penggunaan Go-Food ataupun penggunaan *food delivery online order* lain yang telah banyak tersedia tidak menutup kemungkinan penggunaannya akan bertambah hingga mampu mempengaruhi terhadap gaya hidup terkait pola konsumsi mahasiswa maupun dosen atau warga kampus didalamnya. Sehingga dari pihak kampus sendiri diharapkan untuk melakukan terobosan baru dalam menghadapi digitalisasi selain di bidang akademik saja melainkan pihak kampus memperhatikan bidang lain juga. Adapun contohnya pihak kampus menyediakan peraturan terkait pemesanan *online* yang

hendak diantar masuk kedalam kampus ataupun menyediakan tempat untuk driver ojek *online* yang menerima orderan dari warga kampus baik itu disetiap fakultas ataupun di satu titik lainnya, hal ini dilakukan supaya Universitas Pendidikan Indonesia tetap harum namanya dengan pembuatan kebijakan kampus yang sesuai perkembangan zaman.

Referensi

- A'yun, A. Q. (2019). *Gaya hidup mahasiswa pengguna online shop (Studi pada Mahasiswa PGSD UNUSA)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Cahya, P. (2019). *Millenials kecanduan pesan antar makanan, hemat waktu atau malas?* IDN Times. <http://www.idntimes.com>
- Chaney, D. (2011). *Lifestyle sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (A. Fawaid (ed.); Cetakan ke). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lutfiah, E. (2019). *Menggunakan aplikasi go-jek fitur go-food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Syarif Hidayatullah.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2013). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Setiawan, W. (2017). *Era Digital dan Tantangannya*. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 1–9. <http://eprints.ummi.ac.id/id/eprint/151>
- Setyaningsih, R. (2018). *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa UII)*.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sulistyaningtyas, T., Jaelani, J., & Waskita, D. (2012). *Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital*. *Jurnal Sositologi, Edisi 27(11)*, 157–168.
- Widjaja, B. T. (2010). *Lifestyle Marketing-Paradigma Baru Pemasaran Bisnis jasa dan Lifestyle*. PT. Gramedia.
- Yu, C.-S. (2011). *Construction and validation of an e-lifestyle instrument*. *Internet Research, 21(3)*, 214–235. <https://doi.org/10.1108/10662241111139282>