

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era modern saat ini telah membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara berinteraksi sosial dan beraktivitas ekonomi. Transformasi ini mendorong munculnya berbagai inovasi dalam dunia bisnis, terutama dalam hal bagaimana konsumen berbelanja dan memperoleh produk serta jasa. Salah satu tren yang paling menonjol adalah pertumbuhan pesat transaksi secara *online*, termasuk dalam sektor makanan dan minuman. Penelitian Putra, (2024) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi telah mengubah kebiasaan konsumsi masyarakat menjadi lebih praktis dan efisien, terutama di kalangan mahasiswa yang mulai terbiasa menggunakan platform digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Secara nasional, Indonesia mencatat tingginya pertumbuhan ekonomi digital, terutama pada sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian. Data Momentum Works (2023) menunjukkan bahwa nilai transaksi pesan-antar makanan daring (*online food delivery*) di Indonesia mencapai US\$ 4,6 miliar (sekitar Rp 72 triliun) dan diperkirakan meningkat menjadi US\$ 5,4 miliar pada tahun 2024, menjadikan posisi Indonesia sebagai pasar terbesar di Asia Tenggara (Annur, 2024) . Pertumbuhan ini juga didukung oleh semakin banyaknya UMKM kuliner yang memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Aplikasi layanan pesan-antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood menjadi contoh nyata yang digunakan secara luas oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan kuliner sehari-hari.

Dalam konteks ini, gaya hidup modern menjadi fenomena penting yang memengaruhi perilaku konsumsi generasi muda. Solomon (2018) menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan cara seseorang menggunakan waktu, uang, dan teknologi dalam aktivitas sehari-hari, yang sekaligus menunjukkan nilai dan

identitas sosialnya. Gaya hidup modern mencakup kebiasaan hidup yang serba praktis, efisien, dan cenderung memanfaatkan teknologi untuk menunjang aktivitas. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z, tumbuh di tengah perkembangan teknologi dan menunjukkan kecenderungan gaya hidup modern yang sangat kuat.

Penelitian Hunaifi et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial, iklan, dan influencer berpengaruh besar dalam membentuk perilaku konsumtif remaja, yang kemudian berdampak pula pada mahasiswa dalam menentukan preferensi konsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian Azzahra & Utami, (2025) yang menemukan bahwa gaya hidup terkait konsumsi makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z dalam menggunakan layanan *online food delivery*.

Selain faktor gaya hidup modern, kesadaran sosial juga menjadi salah satu aspek yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Mahasiswa yang memiliki kesadaran sosial cenderung mendukung produk lokal, khususnya UMKM kuliner, sebagai bentuk kontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Azzahra & Utami, (2025) menekankan bahwa generasi Z tidak hanya mempertimbangkan aspek praktis, tetapi juga nilai sosial dan keberlanjutan dalam memilih produk makanan secara *online*.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai pengaruh gaya hidup atau kesadaran sosial terhadap perilaku konsumsi *online*. Namun demikian, belum banyak penelitian yang menguji secara simultan pengaruh gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa dalam konteks pembelian makanan UMKM secara *online*, khususnya di lingkungan Universitas Quality.

Universitas Quality sebagai salah satu perguruan tinggi dengan mayoritas mahasiswa generasi Z juga tidak terlepas dari fenomena tersebut. Mahasiswa Universitas Quality aktif menggunakan layanan pesan-antar makanan *online* sebagai bagian dari gaya hidup modern mereka. Di sisi lain, sebagian mahasiswa juga memiliki kesadaran sosial untuk mendukung UMKM kuliner lokal melalui pembelian makanan secara *online*. Hal ini menjadikan mahasiswa Universitas Quality sebagai objek penelitian yang tepat untuk melihat bagaimana gaya hidup

dan kesadaran sosial berpengaruh terhadap preferensi mereka dalam membeli makanan UMKM secara *online*.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kesadaran sosial secara bersamaan terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa, dengan fokus pada pengalaman mahasiswa yang sering membeli makanan UMKM secara *online*.

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan yang ada maka penulis menunjukkan ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kesadaran Sosial Terhadap Preferensi Mahasiswa Universitas Quality Dalam Membeli Makanan UMKM Secara *Online*”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Belum diketahui sejauh mana gaya hidup mahasiswa Universitas Quality memengaruhi preferensi mereka dalam membeli makanan UMKM secara *online*.
2. Perlu diteliti lebih lanjut bagaimana peran kesadaran sosial mahasiswa Universitas Quality dalam memengaruhi keputusan membeli produk UMKM secara *online*.
3. Belum banyak kajian yang menguji secara bersamaan pengaruh gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*.

## 1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa generasi Z yang aktif menggunakan layanan pesan-antar makanan *online*.
2. Objek penelitian dibatasi pada UMKM kuliner yang memasarkan produk melalui platform digital (misalnya GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood).
3. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria responden, bukan kepada masyarakat umum.

4. Penelitian ini hanya menekankan aspek perilaku konsumsi mahasiswa terhadap pembelian makanan UMKM secara *online*, sehingga tidak membahas aspek lain seperti strategi pemasaran UMKM atau faktor manajerial.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*?
3. Bagaimana pengaruh simultan antara gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen, gaya hidup, dan kesadaran sosial konsumen, dengan fokus pada preferensi pembelian makanan UMKM secara *online*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait interaksi antara gaya hidup dan kesadaran sosial dalam konteks ekonomi digital.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku UMKM kuliner, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pemasaran dan pendekatan bisnis yang lebih sesuai dengan karakteristik gaya hidup dan tingkat kesadaran sosial mahasiswa sebagai konsumen utama.
- b. Bagi institusi Pendidikan dan pemerintah, penelitian ini dapat memberikan masukan untuk program literasi digital serta kampanye peningkatan kesadaran sosial kepada generasi muda guna mendukung keberlanjutan UMKM.
- c. Bagi mahasiswa sebagai konsumen, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumsi yang tidak hanya praktis dan efisien tetapi juga bertanggung jawab sosial.