

Ketergantungan Penggunaan *GoFood* terhadap Pola Konsumsi Anak Kost

Afifah Yolanda Dinata¹, Agus Krisdayanti Pasaribu², Alvarel Sinurat³

^{1,2,3} Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

afifahyolanda@students.polmed.ac.id, aguskrisdayanti@students.polmed.ac.id,
alvarelsinurat@students.polmed.ac.id

Alamat: Jalan Almamater No. 1, Kampus USU, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan

Korespondensi penulis: aguskrisdayanti@students.polmed.ac.id

Abstract. *The rapid growth of digital food delivery services has significantly transformed the consumption patterns of university students living in boarding houses. This study aims to examine the factors driving dependence on GoFood usage and its impact on the consumption behavior of boarding house students. A qualitative approach was employed, with data collected through online interviews using Google Forms involving students living in boarding houses. The data were analyzed thematically to identify patterns related to usage motives and perceived impacts. The findings indicate that limited personal transportation, attractive promotions, and service practicality are the primary factors contributing to GoFood dependency. The impacts include increased consumptive behavior, reduced social interaction, and changes in eating patterns that tend to be irregular. This study contributes empirical insights into the implications of digital food delivery services on student lifestyles and consumption patterns.*

Keywords: *Go-food, Boarding House Student, Addictive*

Abstrak. Perkembangan layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi digital telah mengubah pola konsumsi mahasiswa yang tinggal di rumah kost. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong ketergantungan penggunaan GoFood serta dampaknya terhadap pola konsumsi anak kost. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara daring menggunakan Google Form terhadap mahasiswa yang tinggal di kost. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola alasan penggunaan dan dampak yang dirasakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan transportasi pribadi, daya tarik promo, dan kepraktisan layanan menjadi faktor utama ketergantungan GoFood. Dampak yang muncul meliputi perilaku konsumtif, berkurangnya interaksi sosial, serta perubahan pola makan yang cenderung tidak teratur. Temuan ini memberikan kontribusi empiris dalam memahami implikasi layanan pesan antar makanan digital terhadap gaya hidup dan pola konsumsi mahasiswa.

Kata kunci: Go-food, Anak Kost, Ketergantungan

* Agus Krisdayanti Pasaribu, aguskrisdayanti@students.polmed.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat perkotaan. Munculnya aplikasi berbasis layanan daring mendorong transformasi cara individu memenuhi kebutuhan sehari-hari secara lebih cepat dan praktis. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi (online food delivery services). Layanan ini tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi, tetapi juga membentuk kebiasaan baru yang berkaitan dengan gaya hidup digital (Febriyanty & Gautama, 2021). Kondisi ini menjadikan teknologi bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian integral dari aktivitas keseharian masyarakat.

Di Indonesia, perkembangan layanan pesan antar makanan semakin masif seiring meningkatnya penggunaan smartphone dan akses internet. Aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan Maxim Food & Shop menjadi bagian dari ekosistem ekonomi digital yang kompetitif (Ronaria Elisabeth Buaton et al., 2023). GoFood sebagai salah satu pelopor layanan ini menunjukkan pertumbuhan signifikan dan menjadi pilihan utama konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang tinggal di rumah kost merupakan kelompok yang rentan terhadap perubahan pola konsumsi karena keterbatasan waktu, fasilitas, dan akses transportasi. Kemudahan layanan ini berpotensi membentuk ketergantungan konsumsi yang berkelanjutan.

Ketergantungan terhadap layanan pesan antar makanan tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada dimensi sosial dan kesehatan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa intensitas penggunaan GoFood berkorelasi dengan gaya hidup konsumtif mahasiswa (Nurhayati et al., 2021). Selain itu, dorongan promo dan kemudahan akses dapat memicu perilaku impulse buying yang menyebabkan pengeluaran tidak terkontrol (Setyaningsih, 2018). Dalam konteks mahasiswa kost, kondisi ini berpotensi memperburuk manajemen keuangan serta mengubah pola makan menjadi kurang teratur. Oleh karena itu, ketergantungan konsumsi perlu dipahami secara lebih komprehensif.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan layanan pesan antar makanan. Penelitian

Purnomosidi et al. (n.d.) menemukan bahwa lingkungan sosial dan media digital berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif anak kost. Sementara itu, Pratiwi et al. (n.d.) menunjukkan adanya hubungan signifikan antara penggunaan aplikasi ojek online dan frekuensi belanja makanan mahasiswa. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek kuantitatif atau hubungan variabel, sehingga kurang menggali pengalaman subjektif dan alasan mendalam di balik ketergantungan penggunaan layanan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat celah penelitian terkait pemahaman kualitatif mengenai ketergantungan penggunaan GoFood dan dampaknya terhadap pola konsumsi anak kost. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong ketergantungan GoFood serta dampak yang ditimbulkan terhadap perilaku konsumsi, interaksi sosial, dan pola makan mahasiswa kost. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih mendalam mengenai dinamika konsumsi digital di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan literasi konsumsi digital yang lebih bijak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena ketergantungan penggunaan GoFood pada mahasiswa yang tinggal di rumah kost. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman subjektif, persepsi, dan makna yang dibangun oleh responden dalam penggunaan layanan digital (Creswell, 2014). Fokus penelitian ini tidak terletak pada pengukuran statistik, melainkan pada pemahaman konteks sosial dan perilaku konsumsi. Dengan demikian, metode ini dianggap relevan untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat eksploratif. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti menangkap variasi pengalaman antarresponden.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara daring menggunakan Google Form dengan pertanyaan terbuka. Informan penelitian merupakan mahasiswa yang tinggal di rumah kost dan aktif menggunakan layanan GoFood dalam kehidupan sehari-hari. Teknik pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling

dengan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa kost yang menggunakan GoFood secara rutin. Wawancara daring dipilih karena fleksibel, efisien, dan sesuai dengan karakteristik responden yang akrab dengan teknologi digital. Meskipun demikian, keterbatasan metode ini diantisipasi dengan penyusunan pertanyaan yang mendalam dan reflektif.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengelompokan kategori, dan penarikan tema utama yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola alasan ketergantungan serta dampak penggunaan GoFood terhadap pola konsumsi anak kost. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti melakukan pengecekan konsistensi jawaban dan membandingkan temuan dengan hasil penelitian terdahulu. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif-analitis dengan mengaitkan temuan empiris dan kerangka teoritis yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Ketergantungan Penggunaan GoFood pada Anak Kost

Ketergantungan anak kost terhadap layanan GoFood merupakan fenomena yang tidak dapat dilepaskan dari konteks kehidupan mahasiswa di era digital. Mahasiswa kost umumnya menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dari segi waktu, fasilitas memasak, maupun akses transportasi. Kondisi tersebut membuat layanan pesan antar makanan menjadi alternatif paling rasional untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian. GoFood hadir sebagai solusi praktis yang menjanjikan efisiensi dan kenyamanan, sehingga secara bertahap membentuk pola ketergantungan penggunaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Febriyanty dan Gautama (2021) yang menyatakan bahwa teknologi digital berperan besar dalam membentuk kebiasaan konsumsi baru masyarakat.

Salah satu faktor utama yang mendorong ketergantungan penggunaan GoFood adalah keterbatasan transportasi pribadi yang dimiliki oleh anak kost. Tidak semua mahasiswa memiliki kendaraan, sementara lokasi tempat tinggal sering kali jauh dari pusat kuliner atau warung makan. Dalam kondisi tersebut, GoFood dipersepsikan sebagai “penyelamat” yang mampu menjembatani keterbatasan mobilitas fisik. Temuan ini menunjukkan bahwa ketergantungan

bukan semata-mata karena preferensi, melainkan akibat struktur keterbatasan akses yang dialami mahasiswa. Penelitian Ronaria Elisabeth Buaton et al. (2023) juga menegaskan bahwa aksesibilitas layanan menjadi faktor penting dalam intensitas penggunaan layanan pesan antar makanan.

Selain faktor transportasi, promo dan potongan harga menjadi daya tarik dominan yang memperkuat ketergantungan anak kost terhadap GoFood. Promo ongkos kirim, diskon harga, dan voucher makanan secara psikologis mendorong mahasiswa untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam banyak kasus, promo membuat harga makanan terasa lebih murah dibandingkan memasak sendiri atau membeli langsung ke warung. Kondisi ini menciptakan ilusi efisiensi ekonomi yang justru mendorong konsumsi berulang. Fibrianto (2024) menyatakan bahwa strategi promosi dalam layanan GoFood berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.

Kepraktisan layanan GoFood juga menjadi faktor penting yang membentuk ketergantungan penggunaan. Proses pemesanan yang sederhana, pengantaran cepat, pelacakan pesanan secara real-time, serta pilihan metode pembayaran yang fleksibel menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman. Bagi generasi muda yang lekat dengan smartphone, kepraktisan ini menjadi standar baru dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kemudahan tersebut secara tidak langsung mengurangi motivasi mahasiswa untuk memasak atau keluar mencari makanan. Hal ini mendukung temuan Nurhayati et al. (2021) yang menyebutkan bahwa fitur aplikasi GoFood berkontribusi terhadap pembentukan gaya hidup instan di kalangan mahasiswa.

Ketergantungan terhadap GoFood juga dipengaruhi oleh perubahan pola konsumsi akibat budaya digital yang serba cepat. Mahasiswa tidak lagi memandang makan sebagai aktivitas yang memerlukan usaha fisik, melainkan sebagai layanan yang dapat diakses kapan saja. Pola konsumsi semacam ini memperlihatkan pergeseran dari kebutuhan menuju kenyamanan dan keinginan. Dalam konteks ini, GoFood tidak hanya memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup digital mahasiswa. Setyaningsih (2018) menegaskan bahwa konsumsi

berbasis aplikasi telah mengubah orientasi individu dari rasionalitas kebutuhan menuju kepuasan instan.

Lebih jauh, ketergantungan penggunaan GoFood pada anak kost menunjukkan adanya relasi antara teknologi, struktur sosial, dan perilaku konsumsi. Ketergantungan tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui interaksi berulang antara kemudahan layanan dan kondisi sosial mahasiswa. Ketika layanan digital terus-menerus memberikan solusi instan, individu cenderung kehilangan dorongan untuk mencari alternatif lain yang lebih berkelanjutan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa ketergantungan teknologi bersifat struktural, bukan sekadar persoalan pilihan individu. Dengan demikian, penggunaan GoFood pada anak kost perlu dipahami sebagai fenomena sosial yang kompleks dan multidimensional.

Dampak Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Anak Kost

Ketergantungan anak kost terhadap layanan GoFood memberikan dampak yang signifikan pada aspek ekonomi pribadi mahasiswa. Kemudahan akses, kecepatan layanan, dan beragam pilihan menu mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian makanan secara berulang tanpa perencanaan yang matang. Dalam banyak kasus, keputusan pembelian dilakukan secara spontan dan tidak didasarkan pada kebutuhan aktual. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi dari rasional ke impulsif. Fenomena tersebut sejalan dengan konsep perilaku konsumtif yang ditandai oleh pembelian berlebihan demi kepuasan sesaat (Febriyanty & Gautama, 2021).

Salah satu bentuk dampak ekonomi yang paling menonjol adalah meningkatnya pengeluaran harian mahasiswa kost. Biaya layanan, ongkos kirim, dan harga makanan yang relatif lebih mahal dibandingkan memasak sendiri berkontribusi pada pemborosan. Meskipun promo sering kali ditawarkan, frekuensi pemesanan yang tinggi justru meniadakan potensi penghematan. Banyak mahasiswa merasa pengeluarannya meningkat tanpa disadari karena transaksi kecil yang terjadi berulang kali. Hal ini memperkuat temuan Nurhayati et al. (2021) yang menyatakan bahwa fitur GoFood dapat mendorong konsumsi berlebih pada mahasiswa.

Promo dan diskon yang ditawarkan GoFood berperan ganda dalam membentuk perilaku konsumtif anak kost. Di satu sisi, promo dipersepsikan sebagai strategi penghematan, namun di sisi lain justru menjadi pemicu pembelian yang tidak direncanakan. Mahasiswa sering kali membeli makanan bukan karena kebutuhan, melainkan karena takut kehilangan kesempatan promo. Pola ini mencerminkan perilaku impulse buying yang kuat dalam konsumsi digital. Fibrianto (2024) menegaskan bahwa promosi dalam layanan pesan antar makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap dorongan konsumsi spontan mahasiswa.

Perilaku konsumtif yang muncul akibat ketergantungan GoFood juga berkaitan erat dengan perubahan gaya hidup mahasiswa kost. Konsumsi tidak lagi sekadar bertujuan memenuhi kebutuhan makan, tetapi menjadi bagian dari hiburan dan kepuasan emosional. Mahasiswa cenderung memilih makanan berdasarkan keinginan sesaat, tren, atau tampilan visual dalam aplikasi. Kondisi ini memperlihatkan bagaimana teknologi memperkuat budaya konsumsi instan di kalangan generasi muda. Setyaningsih (2018) menyebutkan bahwa konsumsi digital telah mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan.

Dampak ekonomi dari perilaku konsumtif ini berpotensi menimbulkan masalah jangka panjang bagi mahasiswa kost. Ketidakmampuan mengontrol pengeluaran dapat menyebabkan kesulitan finansial, terutama bagi mahasiswa yang bergantung pada uang saku terbatas. Dalam beberapa kasus, mahasiswa harus mengorbankan kebutuhan lain demi memenuhi konsumsi makanan melalui aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan GoFood tidak hanya berdampak sesaat, tetapi juga memengaruhi stabilitas ekonomi pribadi. Ronaria Elisabeth Buaton et al. (2023) menyatakan bahwa penggunaan layanan pesan antar makanan yang intensif berkontribusi pada peningkatan risiko pemborosan di kalangan mahasiswa.

Secara keseluruhan, dampak ekonomi dan perilaku konsumtif anak kost akibat ketergantungan GoFood merupakan hasil interaksi antara kemudahan teknologi dan lemahnya kontrol konsumsi. Ketika layanan digital terus menawarkan kenyamanan tanpa batas, mahasiswa cenderung kehilangan kesadaran terhadap konsekuensi finansial dari tindakannya. Oleh karena itu, fenomena ini perlu

dipahami tidak hanya sebagai pilihan individu, tetapi sebagai konsekuensi struktural dari ekosistem ekonomi digital. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan dan konsumsi digital yang kritis di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, ketergantungan GoFood menjadi isu sosial-ekonomi yang patut mendapatkan perhatian serius.

Dampak Sosial dan Pola Konsumsi Anak Kost

Ketergantungan anak kost terhadap layanan GoFood tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memengaruhi dimensi sosial kehidupan mahasiswa. Kemudahan layanan pesan antar makanan membuat mahasiswa semakin jarang berinteraksi langsung dengan lingkungan sekitar. Aktivitas keluar kamar untuk membeli makanan atau berinteraksi di warung makan semakin berkurang. Kondisi ini secara perlahan membentuk pola hidup individualistis yang minim kontak sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital turut menggeser pola relasi sosial mahasiswa (Febriyanty & Gautama, 2021).

Salah satu dampak sosial yang paling menonjol adalah menurunnya intensitas interaksi sosial antar anak kost. Ketika kebutuhan makan dapat dipenuhi tanpa harus keluar kamar, kesempatan untuk berinteraksi dengan teman sebaya menjadi semakin terbatas. Mahasiswa cenderung menghabiskan waktu di ruang privat dengan aktivitas digital. Kebiasaan ini berpotensi melemahkan relasi sosial dan solidaritas antar penghuni kost. Hidayatullah et al. (n.d.) menyatakan bahwa ketergantungan pada layanan digital dapat mengurangi kepekaan sosial individu dalam kehidupan sehari-hari.

Selain berdampak pada interaksi sosial, penggunaan GoFood juga memengaruhi pola konsumsi dan kebiasaan makan anak kost. Kemudahan akses makanan kapan saja mendorong mahasiswa untuk makan di luar jam makan yang seharusnya. Pola makan menjadi tidak teratur karena keputusan konsumsi lebih didorong oleh keinginan sesaat dibandingkan kebutuhan fisiologis. Kondisi ini dapat berdampak pada kesehatan jangka panjang apabila berlangsung terus-menerus. Nurhayati et al. (2021) menegaskan bahwa layanan GoFood berkontribusi pada perubahan pola hidup dan kebiasaan makan mahasiswa.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya variasi pengalaman di antara anak kost. Bagi sebagian mahasiswa, GoFood justru membantu menjaga keteraturan makan karena menghilangkan alasan malas membeli makanan. Layanan ini memungkinkan mahasiswa tetap makan meskipun memiliki jadwal yang padat. Dengan demikian, dampak GoFood terhadap pola konsumsi tidak selalu bersifat negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi bersifat ambivalen dan sangat bergantung pada cara penggunaannya (Setyaningsih, 2018).

Perubahan pola konsumsi anak kost akibat ketergantungan GoFood juga ditandai dengan meningkatnya konsumsi makanan cepat saji dan minuman tinggi gula. Pilihan menu yang dominan dalam aplikasi sering kali kurang memperhatikan aspek gizi seimbang. Mahasiswa lebih tertarik pada makanan yang praktis dan menarik secara visual dibandingkan nilai nutrisinya. Pola konsumsi semacam ini mencerminkan pergeseran orientasi konsumsi dari kesehatan menuju kenyamanan. Ronaria Elisabeth Buaton et al. (2023) menyebutkan bahwa layanan pesan antar makanan mendorong preferensi konsumsi instan di kalangan mahasiswa.

Secara keseluruhan, dampak sosial dan pola konsumsi akibat ketergantungan GoFood menunjukkan adanya perubahan gaya hidup anak kost secara struktural. Ketergantungan ini membentuk kebiasaan baru yang memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dan mengelola kebutuhan makan. Apabila tidak disertai kontrol diri, ketergantungan tersebut berpotensi menurunkan kualitas kehidupan sosial dan kesehatan. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap penggunaan layanan digital menjadi penting bagi mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa GoFood bukan sekadar layanan konsumsi, melainkan fenomena sosial yang membentuk pola hidup generasi muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketergantungan anak kost terhadap layanan GoFood dipengaruhi oleh keterbatasan transportasi pribadi, daya tarik promo, dan kepraktisan layanan, yang secara kolektif membentuk pola konsumsi digital yang cenderung konsumtif. Ketergantungan tersebut berdampak pada meningkatnya pengeluaran, perubahan perilaku konsumsi yang impulsif,

berkurangnya interaksi sosial, serta pola makan yang pada sebagian mahasiswa menjadi tidak teratur. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan GoFood tidak hanya berimplikasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada dimensi sosial dan gaya hidup mahasiswa kost. Oleh karena itu, mahasiswa disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan kontrol diri dalam menggunakan layanan pesan antar makanan agar tetap seimbang antara kemudahan teknologi dan kebutuhan nyata. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji fenomena ini dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods serta melibatkan variabel kesehatan dan literasi keuangan guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Effendy, R., Damayanti, M. A., Widayati, S. S., & Setiyaningsih, L. A. (2024). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Merdeka Malang Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 169–181. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.471>
- Evrianti, H., Wanti, S., Asriadi, A., & Wulandari, P. (2025). INFLUENCER MARKETING AND PURCHASE INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF TRUST. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 545–555. <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.11.3.545>
- Febriyanty, V. A., & Gautama, M. I. (2021). Perilaku konsumtif generasi muda dalam penggunaan layanan berbasis aplikasi digital. *Jurnal Perspektif*, 4(4), 699–708. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i4.503>
- Fibrianto, A. S. (2024). DAMPAK PROMO GO-FOOD PADA MOTIVASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM PERILAKU KONSUMTIF. In *Jurnal Nomosleca* (Vol. 10, Issue 2). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/>
- Ginting, G. D. H., Wulandari, P., Purba, A. R. H. K., Rizqiana, D. S., Mawaddah, Syahlina, M., & Medina, L. (2025). *Kewirausahaan Digital* (Vol. 1). PT Penamuda Media. <https://penamudamedia.com/index.php/publisher/article/view/290>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & Putra, P. M. (n.d.). *Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-Food*.
- Kosasih, H., & Wulandari, P. (2025). Financial Technology and Green Financing: A Blend of Technology, Economy, and Environment. *Indonesian Journal of*

- Social Economics and Agricultural Policy, 1(1), 27–32.
<https://doi.org/10.70895/ijseap.v1i1.41>
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., & Dahliana, A. (2021). Pengaruh fitur Go-Food pada aplikasi Go-Jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 19(1), 25–32.
- Pasaribu, I. M., Wulandari, P., Widia, J., & Gusty, R. (2025). OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM PIDIPO CAKE & BAKERY MELALUI SOSMED COMMERCE. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 243–250. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v7i2.12502>
- Pratiwi, P. R., Mekse, G., & Arisena, K. (n.d.). *Perilaku konsumtif belanja kuliner melalui online pada mahasiswa baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022*.
- Purba, A. R. H. K., Syahlina, M., & Wulandari, P. (2025). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of GoPaylater Services. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi (IKOMIK)*, 5(1), 16–27. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v5i1.12109>
- Purnomosidi, F., Ernawati, S., Riskiana, D., & Banabsyah, J. (n.d.). PERILAKU KONSUMTIF ANAK KOS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA.
- Purnomosidi, F., Ernawati, S., Riskiana, D., & Banabsyah, J. (n.d.). *Perilaku konsumtif anak kos pada mahasiswa Universitas Sahid Surakarta*.
- Reditya Pratiwi, P., Mekse, G., & Arisena, K. (n.d.). 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.
- Ronaria Elisabeth Buaton, A. A. I. I., Rahmawati, A., Khomeini, A. T. R., & Rakhmawati, N. A. (2023). Pengaruh layanan online food delivery GrabFood terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggal di kos. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(2), 128–142. <https://doi.org/10.24123/jibt.v7i2.5963>
- Setyaningsih¹, L. A., & Jatmikowati², H. (2019). MEDIA BARU DALAM KOMODIFIKASI WAKTU LUANG IBU RUMAH TANGGA. 4(1). <https://doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.3069>
- Setyaningsih, L. A. (2018). Konsumsi digital dan perubahan gaya hidup mahasiswa di era ekonomi digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145–158.

Wulandari, P., & Ibrahim, M. (2023). Fintech Lending Business Ethics in Indonesia: A Case Study of Shopee Pinjam (SPinjam). *InFestasi*, 19(1), 13–21. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v19i1.19413>