

**PENGARUH KONSUMSI, KUALITAS JASA,
KELUHAN KONSUMEN TERHADAP *MASHLAHAH*
KONSUMEN (STUDI KASUS: PENGGUNA GRAB
MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA,
MALANG)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Ayu Nisrina Indah Sari
NIM. 155020501111009**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

PENGARUH KONSUMSI, KUALITAS JASA, KELUHAN KONSUMEN TERHADAP MASHLAHAH KONSUMEN

(STUDI KASUS: PENGGUNA GRAB MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA,
MALANG)

Ayu Nisrina Indah Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: ayunisrina21@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsumsi, kualitas jasa, keluhan konsumen dalam mempengaruhi masalah yang dapat dirasakan oleh konsumen, khususnya mahasiswa Universitas Brawijaya sebagai pengguna Grab. Peneliti menggunakan 100 responden sebagai bahan penelitian dan menggunakan sumber data primer. Responden dalam penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah mahasiswa Universitas Brawijaya Malang, pernah menggunakan grab food, dan beragama Islam. Uji statistika yang digunakan peneliti dalam menunjang penelitian adalah analisis faktor konfirmatori, regresi linear berganda, dan asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi dan kualitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap masalah konsumen. Namun keluhan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi masalah konsumen.

Kata kunci :Konsumsi, Kualitas Jasa, Keluhan Konsumen, Mashlahah Konsumen, Pengguna Grab

A. PENDAHULUAN

Semenjak adanya globalisasi masuk ke Indonesia, perkembangan yang telah masuk di negeri ini pun semakin meningkat. Dampak dari siklus globalisasi ini sangat mempengaruhi perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi inilah yang akan mempengaruhi pada perkembangan lainnya seperti: perkembangan ekonomi, bisnis, komunikasi dan lainnya. Hal itu disebabkan semakin canggih kemajuan teknologi yang masuk ke Indonesia, maka semakin meningkat pula jenis perkembangan ekonomi, bisnis, dan komunikasi di negeri ini. Salah satu dampak pengaruh ekonomi dan bisnis dari adanya kemajuan teknologi adalah adanya *economic digital* dan *e-commerce*.

Adanya kemajuan teknologi ini, masyarakat harus membuka luas pikirannya mengenai hal-hal baru yang sedang *trend* di Indonesia. Peneliti mengambil mahasiswa Universitas Brawijaya sebagai studi kasus yang akan diteliti. Hal itu disebabkan banyaknya populasi mahasiswa Universitas Brawijaya yang berasal dari luar daerah. Kuantitas populasi mahasiswa Universitas Brawijaya di kota Malang ini dapat meningkatkan perekonomian kota ini terutama yang berada di sekitar lingkungan kampus. Adanya aktivitas mahasiswa Universitas Brawijaya di kota Malang ini juga berperan terhadap perekonomian *driver* Grab. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya pesanan yang diterima *driver* di lingkungan Universitas Brawijaya.

Dengan berbagai alasan yang mendukung penulis menyusun tulisan ini mengenai *mashlahah* konsumen. Lalu beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *mashlahah* konsumen dalam bidang jasa. Oleh sebab itu penulis akan menyelesaikan penelitiannya yang berjudul **“Pengaruh Konsumsi, Kualitas Jasa, dan Keluhan Konsumen terhadap Mashlahah Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Grab Mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang)”**.)

B. KAJIAN PUSTAKA

Prinsip Konsumsi dalam Islam

Allah tidak mengharamkan manusia atau umatnya dalam mengonsumsi, selagi itu mengandung *mashlahah*, tidak terdapat mudharat didalamnya, tidak ada dalil yang mengharamkannya. Selama ini terdapat dalil-dalil yang mengharamkan beberapa makanan tertentu seperti narkoba, daging babi, rokok, itu sesuai dengan teori dalam bidang kesehatan bahwa jika mengonsumsi seperti yang telah disebutkan, maka tidak baik untuk jasmani. Jadi segala sesuatu yang diharamkan dalam Islam mengandung kemaslahatan umat.

Islam terdapat beberapa prinsip dalam mengonsumsi. Hal itu bertujuan agar umat muslim tidak terlalu berlebihan dalam konsumsi dan ingat terhadap batasan-batasan tertentu yang tidak diperbolehkan dalam Islam. Beberapa prinsip tersebut diantaranya *prinsip pertama*, halal dan *thayyib*. Dalam Islam segala makanan dan minuman atau apapun dalam mengonsumsi harus mengandung *halalan thayyiban*. Halal berarti baik. *Thayyib* berarti baik, sehat, lezat dimakan. Jadi *halalan thayyiban* menurut penulis adalah segala zat yang tidak diharamkan dalam Islam, dan baik untuk dikonsumsi, rasanya lezat, dan menyehatkan tubuh. Namun dalam hal ini, sebagai umat Islam tidak baik juga apabila mengonsumsi yang berlebihan, semuanya ada kadarnya sendiri. *Prinsip kedua* yaitu kesederhanaan. Dalam prinsip ini dimaksudkan umat Islam untuk tidak berlebihan dalam melakukan segala sesuatu, termasuk konsumsi. Segala sesuatu yang berlebihan itu tidak baik. Dalam hal ini yang dimaksud “tidak baik” dapat mendatangkan mubazir dan boros (*isyraf*). *Prinsip ketiga* yaitu kebersihan. Dalam Islam yang dimaksud dengan mengonsumsi barang yang bersih itu dapat dilihat dari beberapa faktor. *Prinsip keempat* yaitu kemurahan hati. Sebaiknya umat Islam dalam melakukan segala sesuatu yang sesuai dengan syariat Islam itu karena Allah S.W.T. *Prinsip kelima* adalah moralitas. Dalam hal ini berkaitan dengan norma dan etika saat mengonsumsi. Pada pengetahuan konvensional terdapat lima jenis norma yaitu norma agama, kesusilaan, kesopanan, hukum.

Tingkatan Konsumsi dalam Islam

Terdapat beberapa tingkatan dalam mengonsumsi bagi umat Islam diantaranya :

1. *Sad ar-ramq* atau *had ar-dhorurah*. *Had ar-dhorurah* merupakan tingkat terendah dalam mengonsumsi bagi umat Islam. Dalam tingkatan ini seorang muslim dan muslimah hendaknya hidup dalam segala kesederhanaan. Namun hal ini tidak dianjurkan karena jika umat Islam menghadapi segala keterpurukan dalam memenuhi kelangsungan hidupnya, maka kemungkinan akan mengganggu ibadah kepada Allah.
2. *Had al-najah*. *Had al-najah* berada di tengah-tengah antara *had ad-dhorurah* dengan *had at-tana'um*. Dalam Islam sebenarnya dianjurkan untuk memiliki tingkatan konsumsi *had al-najah*. Hal itu karena pada tingkatan ini seorang muslim dan muslimah cukup memenuhi kebutuhan hidup yang tidak berlebihan dan tidak mengalami kesengsaraan.
3. *Had at-tana'um*. Dalam ekonomi konvensional *had at-tana'um* hampir serupa dengan sifat konsumerisme. *Had at-tana'um* merupakan sikap umat muslim yang melebihi dari sekedar cukup dalam mengonsumsi. Pada sikap ini seorang muslim dan muslimah mementingkan sikap senang-senang. Padahal dalam Islam tidak baik mementingkan gaya hidup untuk bersenang-senang. Hal itu karena gaya hidup bersenang-senang mengandung sifat pemborosan (*isyraf*) yang dilarang dalam prinsip konsumsi Islam.

Ruang Lingkup *Mashlahah* (*Maqashid Syariah*)

Menurut Jalal al-Din Abd al-Rahman, secara etimologi *al-mashlahah* adalah segala sesuatu yang mengandung manfaat bagi manusia. Secara terminologi maksud dari *al-mashlahah* adalah segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, yang dapat diraih oleh manusia dengan cara memperolehnya maupun dengan cara menghindarinya. Seperti halnya menghindari perbudakan yang tentu membahayakan manusia. Menurut Izz Abd al-Salam mewujudkan kemaslahatan dan menolak kerusakan merupakan suatu kewajiban bagi manusia. Hal itu disebabkan oleh kesalahpahaman manusia dalam menafsirkan sesuatu. Perbedaan penafsiran ini menyebabkan

makna suatu *mashlahah* antara orang yang satu dengan lainnya berbeda. Orang pertama menafsirkan *mashlahah*, belum tentu orang kedua menafsirkan kemaslahatan juga, bisa jadi yang dianggap *mashlahah* menjadi *mafsadah*. Pada dasarnya *mashlahah* akan tercapai mengikuti pencapaian tujuan *syariah* yaitu pemeliharaan agama dari 5 hal (agama, jiwa, akal, keturunan, harta).

Menurut Al-Shatibi mengemukakan bahwa tujuan *syariah* itu terdapat tiga macam yaitu *dharuriyat*, *hajiyat*, *tahsiniyat*. Kemudian Al-Bannani mendefinisikan *mashlahah* sebagai hikmah hukum (Chamim Tohari, 2017). Terdapat tokoh selanjutnya Al-Juwaini merupakan pertama kali yang menggagas teori mengenai *maqashid syariah*. Al-Juwaini membagi penetapan hukum *syariah* menjadi tiga bagian yaitu :

- a. *Dharuriyat* yaitu sesuatu yang paling berhubungan di dunia dan di akhirat. Pada tahap ini manusia tidak dapat menghilangkannya. Menurut para ulama 5 macam *dharuriyat* yaitu: memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, harta.
- b. *Hajiyat* adalah sesuatu untuk menghilangkan kesulitan yang dialami oleh manusia. Jika pada tahap ini tidak dipenuhi tidak mengakibatkan kehancuran kehidupan, melainkan akan mendapat kesusahannya saja. Contoh : *rukshah* dalam ibadah.
- c. *Mukramat (Tahsiniyat)* adalah suatu hal yang menjadikan berada pada adab yang mulia dan akhlaq yang lurus. Jika tahapan ini tidak dipenuhi, maka kehidupan manusia akan bertentangan dengan nilai-nilai kepatutan, *akhlaq*, dan fitrah yang sehat. Contoh: menutup aurat, shalat.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). *Explanatory research* adalah suatu penelitian yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel satu dengan lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini harus lebih dari satu variabel. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian ini karena penulis ingin mengukur keterkaitan antara beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *mashlahah* konsumen layanan jasa ojek *online*.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekitar Universitas Brawijaya, baik itu didalam maupun diluar kampus. Hal itu karena di sekitar Universitas Brawijaya banyak dari masyarakatnya yang mayoritas mahasiswa merupakan omset terbesar pengguna layanan jasa ojek *online* termasuk Grab. Pengguna layanan jasa Grab mayoritas menggunakan jasa Grab *bike* dan Grab *food*.

Kemudian waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan akhir Maret hingga akhir April 2018. Penelitian ini dilaksanakan sekitar satu bulan dengan melakukan penyebaran kuisioner melalui responden.

Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang. Peneliti menggunakan sampel dengan kriteria mahasiswa Universitas Brawijaya Malang yang beragama Islam, tinggal dekat dengan kampus, dan pernah menggunakan aplikasi grab *food*.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data primer dalam menunjang penelitian. Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah dengan membagikan kuisioner kepada responden yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuisioner diolah menggunakan bantuan aplikasi E-views dan IBM SPSS. Peneliti menggunakan berbagai uji statistika dalam menganalisis data yaitu analisis faktor

konfirmasi, uji validitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, autokorelasi, heterokedasitas, uji T dan uji F.

D. Hasil Pembahasan

Uji Analisis Faktor Konfirmatori

Tabel 1. *Component Matrix*

	Faktor 1
Harga (X1.1)	0.793
Biaya angkut (X1.2)	0.721
Biaya intensif (X1.3)	0.611
Beban parkir (X1.4)	0.334
Pajak restoran (X1.5)	0.178

Sumber : Hasil *output* analisis faktor diolah diolah

Tabel 2. *Component Matrix*

	Faktor 2
Keandalan (X2.1)	0.645
Daya tanggap (X2.2)	0.712
Jaminan (X2.3)	0.649
Empati (X2.4)	0.632
Produk fisik (X2.5)	0.799

Sumber: Hasil *output* analisis faktor

Tabel 3. *Component Matrix*

	Faktor 3
Tingkat kemudharatan (X3.1)	0.659
Sikap dari keluhan konsumen (X3.2)	0.817
Manfaat dari keluhan konsumen (X.3.3)	0.561
Kesalahan perusahaan (X3.4)	0.397
Kepentingan jasa (X3.5)	0.049

Sumber : Hasil *output* analisis faktor diolah

Tabel 4. *Component Matrix*

	Faktor 4
Tingkat kemanfaatan (Y1.1)	0.784
Halalan thayyiban (Y1.2)	0.731
Harga barang substitusi (Y1.3)	0.464
Efisiensi waktu (Y1.4)	0.748
Potongan harga (Y1.5)	0.772

Sumber: Hasil *output* analisis faktor diolah

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat dua indikator yang tidak valid yaitu beban parkir dan pajak restoran karena kedua indikator tersebut memiliki nilai < 0.05 . Pada tabel 2 semua indikator valid dan dapat menjelaskan kualitas jasa dengan baik. Pada tabel 3 terdapat dua indikator yang tidak valid dan tidak dapat menjelaskan keluhan konsumen dengan baik yaitu kesalahan perusahaan dan kepentingan jasa. Pada tabel 4 setiap indikator valid dan dapat menjelaskan masalah konsumen dengan baik.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Coefficient	t-statistic	Prob	R squared	F-statistic	Prob
C	1.27E-07	1.66E-06	1.0000			
Konsumsi	0.262949	2.996838	0.0035			
Kualitas jasa	0.494722	5.666601	0.0000			
Keluhan Konsumen	-0.002281	-0.029102	0.9768			
				0.432078	24.34574	0.0000

Sumber : Hasil *output* uji regresi linear berganda diolah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti memperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 1.27E-07 + 0.262949 X_1 + 0.494722 X_2 - 0.002281 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Tingkat masalah konsumen
- X₁ = Konsumsi
- X₂ = Pelayanan kualitas jasa
- X₃ = Keluhan konsumen
- ε = error term

Uji Parsial (Uji T)

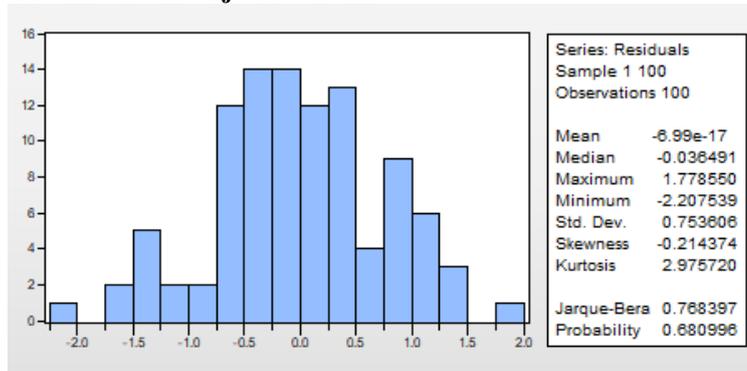
Uji parsial dapat juga dilihat atas dasar perbandingan t hitung dengan t tabel. Peneliti menggunakan t tabel sebesar 1.98498 (0.05/2 : df 96). Konsumsi berpengaruh signifikan terhadap tingkat *mashlahah* konsumen karena nilai t hitung sebesar 2.996838 > 1.98498 (t tabel). Kualitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *mashlahah* konsumen karena nilai t hitung yang dimiliki sejumlah 5.666601 > 1.98498 (t tabel). Namun terdapat variabel yang tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *mashlahah* konsumen yaitu keluhan konsumen karena memiliki nilai t hitung sejumlah -0.029102 < 1.98498 (t tabel). Berdasarkan tabel 5 terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan, sedangkan yang lainnya memiliki pengaruh signifikan. Variabel yang paling memiliki pengaruh secara signifikan adalah kualitas jasa karena memiliki nilai t hitung tertinggi dibandingkan dengan lainnya.

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 5 menghasilkan uji simultan yaitu mengukur tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait secara bersama. Peneliti menggunakan uji simultan melalui perbandingan F hitung dengan F tabel dan membandingkan tingkat signifikansi dengan derajat kepercayaan. Derajat kepercayaan yang digunakan oleh peneliti adalah 0.05 dan nilai df sebesar 97 (100 - k). Nilai F-tabel yang digunakan peneliti sebesar 2.70. Ketiga variabel bebas berpengaruh secara bersamaan dalam menjelaskan variabel *mashlahah* konsumen karena nilai F-hitung pada tabel 4.9 sebesar 24.34674 > 2.70 (F tabel). Menurut uji simultan melalui tingkat signifikansi ketiga variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas karena tingkat signifikansi yang dilakukan oleh peneliti bernilai 0.000 < 0.05 (derajat kepercayaan).

Uji Normalitas

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil uji normalitas melalui eviews (2019).

Apabila tingkat signifikansi bernilai lebih dari derajat kepercayaan, maka data yang digunakan terbukti memiliki distribusi normal. Derajat kepercayaan yang digunakan oleh peneliti sejumlah 0.05 atau 5%. Pada gambar 4.10 nilai dari Jarque-Bera sebesar 0.768397 dengan probabilitas 0.680996. Nilai probabilitas pada uji normalitas yang dilakukan oleh peneliti lebih dari 5% atau 0.05. Hal ini membuktikan bahwa data yang digunakan oleh peneliti berdistribusi normal karena memiliki tingkat signifikansi 0.680996 > 0.05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil uji multikolinearitas

	Centered VIF
C	NA
Konsumsi	1.301368
Kualitas jasa	1.288426
Keluhan Konsumen	1.038796

Sumber : Hasil uji multikolinearitas melalui Eviews diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.11 peneliti mendeteksi uji multikolinearitas melalui nilai VIF. Nilai VIF dari konsumsi sejumlah 1.301368 artinya tidak mengandung multikolinearitas. Kualitas jasa memiliki nilai VIF 1.288426 yang berarti bahwa variabel tersebut tidak mengandung multikolinearitas. Keluhan konsumen memiliki nilai VIF sebesar 1.038796 artinya variabel tersebut tidak mengandung multikolinearitas. Berdasarkan nilai VIF dari ketiga variabel bebas yang digunakan oleh peneliti membuktikan bahwa tidak terkandung multikolinearitas didalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Peneliti menggunakan uji autokorelasi untuk mendeteksi data yang digunakan terdapat korelasi kuat antar periode waktu atau tidak. Data yang mengalami autokorelasi biasanya merupakan time series. Peneliti mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan Statistik Durbin Watson.

Nilai pada Durbin-Watson Stat sebesar 2.093326. Hal ini membuktikan bahwa nilai Durbin-Watson Stat berada pada $d_U < d < 4-d_U$ yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heterokedasitas

Peneliti menggunakan uji heterokedasitas untuk membuat data yang digunakan menjadi bias atau *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) atau tidak. Uji heterokedasitas juga dapat mendeteksi model regresi yang digunakan efisien atau tidak. Jika model regresi yang digunakan tidak efisien, maka terdapat heterokedasitas didalam model. Berikut gambar yang merupakan hasil uji heterokedasitas.

Nilai probabilitas chi square yang menjadi parameter dalam menguji heterokedasitas. Pada probabilitas chi square (3) memiliki nilai $0.0005 = 0.05$ (derajat kepercayaan). Hal ini membuktikan bahwa data pada model regresi yang digunakan oleh peneliti tidak terdapat heterokedasitas dan artinya data bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), efisien, akurat dan bergerak konstan. Apabila data tidak termasuk heterokedasitas dapat diartikan bahwa data yang dimiliki oleh peneliti dalam penelitian ini bersifat homokedasitas.

Pengaruh Konsumsi terhadap Mashlahah Konsumen

Indikator yang dimiliki oleh variabel konsumsi ada lima yaitu harga, biaya angkut, biaya intensif, beban parkir, serta pajak restoran. Kelima indikator dari variabel konsumsi dapat dijangkau oleh konsumen, maka permintaan konsumen pun akan meningkat. Hal itu karena biaya yang dikeluarkan untuk melakukan konsumsi sesuai dengan keuangan yang dimiliki oleh konsumen, walaupun masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan. Apabila permintaan konsumen terhadap grab *food* meningkat artinya tingkat *mashlahah* konsumen ikut meningkat. Maksud dari hal ini adalah jika konsumen berulang kali atau lebih dari satu kali memesan makanan pada grab *food* artinya manfaat serta tingkat *mashlahah* sudah dirasakan dalam diri konsumen baik secara langsung maupun tidak. Contoh dari manfaat secara langsung cepat dan efisien dalam memperoleh makanan. Contoh dari manfaat secara tidak langsung dari pemesanan melalui grab *food* ialah makanan yang dimakan mengandung *halalan thayyiban* dan konsumen merasakan keberkahan dalam memakannya.

Pengaruh Kualitas Jasa terhadap *Mashlahah* Konsumen

Berdasarkan ketiga variabel bebas yang digunakan oleh peneliti, pelayanan kualitas jasa yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *mashlahah* konsumen, baik dilihat dari perbandingan t hitung dengan t tabel, maupun perhitungan tingkat signifikansi. Hal ini membuktikan bahwa peran perusahaan jasa transportasi *online* yaitu PT.Grab dalam kasus ini terutama pada pelayanan jasa kurir makanan sangat berperan penting dalam membantu kebutuhan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa selama ini menurut konsumen *grab food* yang menjadi responden peneliti merasakan kemaslahatan yang tinggi terhadap pelayanan kualitas jasa makanan. Pernyataan ini dapat diartikan pelayanan jasa kurir makanan pada *grab food* sangat memberikan tingkat *mashlahah* bagi konsumen, baik dari segi keandalan atau kemudahan pemesanan, daya tanggap dan empati *driver*, jaminan dari PT.Grab, serta produk fisik dari pesanan konsumen.

Pengaruh Keluhan Konsumen terhadap *Mashlahah* Konsumen

Variabel keluhan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *mashlahah* konsumen. Hal itu disebabkan oleh keluhan konsumen memiliki hubungan berbanding terbalik dengan variabel pelayanan kualitas jasa. Pernyataan ini dapat dibuktikan oleh variabel memiliki peran terkuat dalam mempengaruhi tingkat *mashlahah* konsumen adalah pelayanan kualitas jasa, baik dilihat dari perbandingan t hitung dengan t tabel, maupun perhitungan tingkat signifikansi. Apabila pelayanan kualitas jasa yang diberikan oleh *grab food* sangat baik kepada konsumen, maka kritik atau keluhan yang dirasakan oleh konsumen pun semakin sedikit. Hal itu karena dengan adanya pelayanan kualitas jasa yang baik, maka kemaslahatan konsumen yang paling dirasakan oleh konsumen bukan berupa keluhan atau kritikan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen *grab food* yang berada pada lingkungan mahasiswa Universitas Brawijaya mayoritas perempuan dengan persentase 58% dan presentase untuk laki-laki sebesar 42%. Hal itu karena perempuan identik dengan tidak dapat membawa kendaraan dan banyak yang harus dipersiapkan terlebih dahulu jika ingin berpergian.
2. Kualitas jasa *driver Grab* kota Malang khususnya yang melayani *grab food* sudah baik dalam melayani konsumen. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan jumlah konsumen *Grab* banyak dan keluhan dari konsumen yang ditimbulkan ini sedikit. Maksud dari hal itu ialah dengan kualitas jasa yang baik sudah menimbulkan *mashlahah* bagi konsumen, sehingga keluhan konsumen sedikit. Kualitas jasa juga yang paling berperan dalam menjelaskan *mashlahah* konsumen.
3. Konsumsi dapat menjelaskan *mashlahah* konsumen dengan baik. Pernyataan tersebut karena biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk melakukan konsumsi dapat dijangkau oleh konsumen dengan baik.
4. Berdasarkan faktor yang digunakan oleh peneliti, hanya terdapat satu faktor yang tidak dapat menjelaskan *mashlahah* konsumen dengan baik. Pernyataan tersebut yaitu keluhan konsumen karena memiliki hubungan yang terbalik dengan kualitas jasa

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan saran. Saran tersebut diberikan kepada PT. *Grab* dan mahasiswa Universitas Brawijaya yaitu :

- a. PT. *Grab*
Pelayanan kualitas jasa yang diberikan oleh PT.*Grab* kepada konsumen memang sudah baik. Namun masih dijumpai hanya ada sebagian kecil dari *driver* yang tidak memiliki daya tanggap yang cepat. Daya tanggap yang dimaksud ialah konfirmasi pesanan kepada konsumen. Walaupun kasus ini hanya minoritas, tetapi alangkah lebih baiknya diperbaiki lagi agar kemaslahatan yang dirasakan oleh konsumen pun semakin meningkat. Saran kedua untuk PT.*Grab* dari peneliti adalah kecepatan dan kemudahan *server* seharusnya tetap stabil walaupun kondisi cuaca setelah hujan atau keadaan macet. Saran ketiga untuk PT.*Grab* dari

peneliti adalah adanya tambahan *voucher* sebagai *reward* lebih besar lagi kepada konsumen yang menjadi pelanggan *grab food* terbaik.

- b. Mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang
Adanya kemudahan dan kemajuan teknologi memang memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan termasuk pemesanan makanan online. Namun hal itu tidak boleh menjadi alasan mahasiswa untuk malas beraktivitas. Jika sekiranya mampu untuk memenuhi kebutuhan sendiri, lakukanlah jangan bergantung kepada pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aravik, Havis. 2016. *Ekonomi Islam: Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*. Malang: Empatdua
- Bek, Muhammad Hifni. 2015. *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Sampoerna Mild. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*. Skripsi. FEB. Manajemen, Universitas Brawijaya.
- Deccasari, Dwi Danesty. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Transportasi Ojek (Studi Kasus pada Konsumen Gojek Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 12, Nomor: 1, Juni 2018, ISSN 1987-726-X. Diambil dari: j-adbis.polinema.ac.id, pada 16 Februari 2019.
- Dumairy. 2012. *Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi, ed.2, cet ke-6*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Fathoroni, Abdul Muiz. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Pengguna Transportasi Gojek di Semarang*. Jurnal. Diambil dari: unpad.ac.id pada 15 Februari 2019.
- Fauzi, Ricky. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan. Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek (Studi Kasus Pada: Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Ride di Yogyakarta)*. Skripsi. FE, Manajemen, Universitas Sanatha Dharma Yogyakarta. Diambil dari: repository.usd.ac.id pada 7 Mei 2019.
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Gunawijaya, Rahmat. 2017. *Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam*. Jurnal Al-Maslahah Volume 13 Nomor 1 April 2017. Diambil dari: jurnaliainpontianak.or.id.
- Islam, Pusat Pengkajian dan Pembangunan Ekonomi. 2014. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Karim, Adiwarman. 2016. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Mandraguna, Wahyu Hamda. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Surakarta)*. Skripsi. FEB, Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diambil dari: eprints.ums.ac.id pada 15 Februari 2019.
- Mowen, John C, dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen, jilid.2.ed5*. Terjemahan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Wisnu Adhi, dan Rahmat Hidayat. 2017. *Pengaruh Kenyamanan dan Kepercayaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Gojek di Bandung Tahun*

2017. Journal e-proceeding of Vol.3 No.3 Desember 2017. Diambil dari: [openlibrary telkomuniversitas ac.id](http://openlibrary.telkomuniversitas.ac.id)

Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia..

Rahardja, Prathama. 2010. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek Online Go-Jek terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*. Jurnal Epigram Vol 13. No.2 Oktober 2016. Diambil dari: jurnal.pnj.ac.id pada 16 Februari 2019.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Tri Wahyudi, Setyo. 2016. *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-Views, ed.1, cet ke-1*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.

Wijaya, Rizky. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab Food di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur)*. Skripsi. FEB, Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diambil dari: repository.uinjkt.ac.id pada 7 Mei 2019.

Wiratmo, Masykur. 1992. *Ekonomi Manajerial cet ke-1*. Yogyakarta: Media Widya Mandala.

Zahra, Atika. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Pada Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta)*. Diambil dari : www.uny.ac.id. (20 Desember 2018).