HUBUNGAN ANTARA KELEKATAN TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAKANAN CEPAT SAJI PADA REMAJA

***RELATIONSHIP BETWEEN PEER ATTACHMENT AND FAST FOOD CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ADOLESCENTS***

**Riski Putri Ramadhani1, Kamsih Astuti2 , Narastri Insan Utami3**

**Universitas Mercu Buana Yogyakarta** **Rskputriramadhani@gmail.com,****kamsih@mercubuana-yogya.ac.id,****narastri@mercubuana-**

**yogya.ac.id**

**082314545423**

# ABSTRAK

Kehidupan modern saat ini menuntut gaya hidup masyarakat menjadi serba instan, salah satunya pada konsumsi makanan cepat saji yang sering dijumpai pada kalangan remaja. remaja merupakan sekelompok orang yang mudah dan gampang terpengaruh oleh pola konsumsi makanan yang berlebihan. teman sebaya merupakan salah satu peran penting dalam pola konsumtif makanan remaja. Remaja yang pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif, maka remaja akan mengikuti gaya hidup temannya. Makanan cepat saji menjadi pilihan para remaja Ketika berkumpul dan menghabiskan waktu bersama atas dasar mengikuti trend yang ada, promo, dan sebagai upaya mempertahankan status sosial. Makanan cepat saji yang dikonsumsi secara berlebihan dapat memberikan dampak buruk terhadap Kesehatan para remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Hipotesis yang ditujukan adalah adanya hubungan positif antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 140 remaja. Metode pengumpulan data menggunakan skala, ada dua skala yaitu perilaku konsumtif makanan cepat saji dan kelekatan teman sebaya. Hasil penelitian dapat disimpulkan : ada hubungan positif antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja dengan hasil uji korelasi product moment sebesar r= 0,321 (p<0,010). Artinya semakin tinggi kelekatan teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja, sebaliknya kelekatan teman sebaya yang rendah maka perilaku konsumtif makanan cepat saji juga rendah. Adapun sumbangan kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji adalah 10,3%.

Kata kunci : kelekatan teman sebaya, perilaku konsumtif makanan cepat saji, remaja

# RELATIONSHIP BETWEEN PEER ATTACHMENT AND FAST FOOD CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ADOLESCENTS

**Riski Putri Ramadhani1, Kamsih Astuti2 , Narastri Insan Utami3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**Rskputriramadhani@gmail.com,****kamsih@mercubuana-yogya.ac.id,** **narastri@mercubuana- yogya.ac.id**

**082314545423**

# ABSTRACT

Today's modern life demands that people's lifestyles become instantaneous, one of which is fast food consumption which is often found among teenagers. Teenagers are a group of people who are easily and easily influenced by excessive food consumption patterns. Peers play an important role in adolescent food consumption patterns. Teenagers whose social life is surrounded by other teenagers who also behave consumptively, then teenagers will follow the lifestyle of their friends. Fast food is the choice of teenagers when gathering and spending time together on the basis of following existing trends, promos, and as an effort to maintain social status. Fast food that is consumed in excess can have a negative impact on the health of adolescents. This study aims to determine the relationship between peer attachment and fast food consumptive behavior in adolescents. The intended hypothesis is that there is a positive relationship between peer attachment and fast food consumptive behavior in adolescents. Subjects in this study amounted to 140 adolescents. The data collection method uses a scale, there are two scales, namely fast food consumptive behavior and peer attachment. The results of the study can be concluded: there is a positive relationship between peer attachment and fast food consumptive behavior in adolescents with the results of the product moment correlation test of r = 0.321 (p <0.010). This means that the higher the peer attachment, the higher the fast food consumptive behavior in adolescents, conversely, the low peer attachment, the lower the fast food consumptive behavior. The contribution of peer attachment to fast food consumptive behavior is 10.3%.

Keywords: peer attachment, fast food consumptive behavior, adolescents

# PENDAHULUAN

Perkembangan di era modern saat ini menciptakan perilaku dan gaya hidup baru pada masyarakat (Ufrida & Harianto, 2022). Kehidupan modern saat ini juga menuntut gaya hidup masyarakat menjadi serba instan, salah satunya pada konsumsi makanan (Ufrida & Harianto, 2022). Hal tersebut tidak hanya terjadi pada orang dewasa, namun juga sering dijumpai pada remaja. Menurut Agustia (2012), remaja merupakan sekelompok orang yang mudah dan gampang terpengaruh oleh pola konsumsi barang yang berlebihan di antaranya pada busana, gaya hidup, teknologi dan produk makanan. Pola konsumsi produk makanan seorang remaja salah satunya dipengaruhi oleh pertumbuhan remaja yang meningkatkan partisipasi dalam kehidupan sosial. Remaja biasanya memilih makanan instan yang tidak membutuhkan waktu lama dalam proses pembuatannya, yang dinamakan dengan fast food atau makanan cepat saji (Worthingthon-Robert, 2000). Makanan siap saji merupakan jenis makanan yang proses pembuatan dan penyajiannya praktis serta cepat (Nurdiansyah, 2019).

Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) BPS 2017 menunjukkan bahwa pengeluaran terbesar para keluarga milenial di Indonesia ada pada sektor konsumsi makanan. Porsi pengeluaran untuk konsumsi makanan ada di angka 60% dan paling rendah ada di angka 39,4%. Survei tersebut didukung juga dengan pernyataan Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Suhariyanto (2019), menyatakan kemudahan teknologi dan komunikasi yang berkembang belakangan ini telah mengubah pola konsumsi masyarakat khususnya soal makanan. BPS melihat kini masyarakat cenderung beli makanan jadi dibanding memasak sendiri atau pergi sendiri.

Banyak restoran yang menyediakan makanan siap saji seperti McDonald’s, KFC, Richeese Factory, Burger King, dan restoran cepat saji lainnya (Ufrida & Harianto, 2022). Sukari, Larasati, Mudjijono, dan Susilantin (2013) mengungkapkan bahwa semakin banyak pusat perbelanjaan, café, dan restoran menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja. Remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, sebab kebanyakan remaja membelanjakan uangnya untuk keperluan pemuas keinginan (Sumartono, 2002). Sumartono (2002) juga menyatakan bahwa telah terjadi perubahan dalam proses membeli produk yang kini beralih dari yang bersifat kebutuhan (need) menjadi keinginan (want), hal tersebut dianggap sebagai perubahan proses konsumsi ke budaya konsumtif. Dalam hal ini perilaku konsumtif ditunjukkan remaja pada pembelian produk makanan cepat saji.

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan perilaku konsumtif makanan cepat saji adalah bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap untuk memuaskan keinginan mereka. Menurut Sumartono (2002) terdapat 8 aspek perilaku konsumtif, yaitu 1) Membeli produk karena hadiah 2) Membeli produk karena kemasan menarik. 3) Membeli produk semata – mata karena penampilan diri dan gengsi. 4) Membeli produk karena harga yang terjangkau (bukan karena manfaat dan kebutuhan). 5) Membeli produk untuk mempertahankan status sosialnya. 6) Menggunakan sebuah produk dikarenakan unsur konformitas pada

model yang mengiklankan produk. 7) Menimbulkan rasa percaya diri tinggi. 8) Mencoba menggunakan dua produk sejenis dengan merek berbeda.

Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 menunjukkan bahwa pengeluaran terbesar para keluarga milenial di Indonesia ada pada sektor konsumsi makanan. Porsi pengeluaran untuk konsumsi makanan ada di angka 60 persen dan terendahnya ada di angka 39,4 persen. Survei tersebut didukung juga dengan pernyataan Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Suhariyanto (2019), bahwa kemudahan teknologi dan komunikasi yang berkembang telah mengubah pola konsumsi masyarakat khususnya soal makanan.

Hasil penelitian Heryanti (2009) dengan judul “Kebiasaan makanan cepat saji, aktivitas fisik, dan faktor lainnya dengan status gizi”, menghasilkan data bahwa tingkat konsumsi makanan cepat saji yang paling tinggi adalah berasal dari golongan remaja yakni sebanyak 83,3%. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Septiani. R (2015) bahwa sebanyak 52% remaja menunjukkan perilaku konsumtif.

Remaja seharusnya memiliki kesadaran dan pengetahuan yang cukup untuk mengurangi konsumsi makanan cepat saji beserta dampak buruknya. Makanan cepat saji yang dikonsumsi secara berlebihan, dapat menyebabkan kalori, lemak dan natrium akan terakumulasi di dalam tubuh sehingga dapat menimbulkan peningkatan berat badan, berbagai penyakit seperti meningkatkan risiko serangan jantung, kanker, memicu diabetes, dan memicu tekanan darah tinggi (Septiyani, 2011). Oleh karena itu, metode-metode pola hidup sehat yang efektif dan mudah diterapkan perlu ditemukan serta disosialisasikan, supaya pola makan yang sehat dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari (Handayani, 2019). Irianto (2000) mengemukakan bahwa pola hidup sehat mencakup pola makan yang bergizi, menjaga kesehatan pribadi, istirahat yang cukup, dan aktif berolahraga. Pola hidup sehat tersebut dapat diterapkan jika remaja mengurangi perilaku konsumtif terhadap makanan cepat saji.

Menurut Kotler (2005) perilaku konsumtif makanan cepat saji dapat dipengaruhi oleh empat faktor yaitu 1) Faktor kebudayaan yang terdiri dari a) Budaya, dan b) Sub – Budaya, c) Kelas sosial ;

2) Faktor sosial terdiri dari a) kelompok acuan, b) keluarga, c) Peran sosial dan status ; 3) Faktor Pribadi terdiri dari a) Usia, b) Tahapan dalam siklus hidup, c) pekerjaan, d) Keadaan ekonomi, e) Gaya hidup,

f) konsep diri dan kepribadian ; 4) Faktor Psikologis yang terdiri dari a) Motivasi , b) Persepsi, c) Konsep diri, d) Kepribadian, e) Pengalaman belajar, f) Sikap dan keyakinan (agama). Pada penelitian ini, faktor perilaku konsumtif makanan cepat saji yang akan dikaji lebih lanjut adalah faktor kelompok acuan. Untuk dapat diterima di dalam kelompok acuan atau kelompok sebaya, remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan dari kelompok tersebut (Shaw, 2006). Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku konsumtif pada individu dengan membangun aspirasi bagi individu dan membantu dalam memiliki produk untuk mengikuti gaya hidup tertentu (Kotler & Amstrong, 2012). Schiffman dan Kanuk (1994) menyebutkan bahwa kelompok acuan terdiri dari teman sebaya, kelompok sosial, kelompok belanja, dan kelompok kerja.

Penelitian ini fokus pada kelompok acuan teman sebaya dikarenakan pada usia remaja, individu akan membentuk ikatan (attachment) yang erat dengan teman sebayanya (peer) (Santrock, 2003). Remaja menjalin komunikasi dengan teman sebaya ditunjukkan dengan remaja yang terbuka mengungkapkan apa yang dirasakan, mengungkapkan masalah serta kesulitan yang sedang dihadapi hal tersebut yang menjadikan teman sebayanya sebagai figur lekat itu sendiri sehingga remaja akan dapat membentuk kelekatan terhadap teman sebayanya atau *Peer Attachment* (Henarosa, 2020).

Menurut Armsden & Greenberg (1989) kelekatan teman sebaya adalah hubungan lekat yang terbentuk antara seseorang dengan temannya yang menjalin komunikasi yang baik. Teman sebaya atau peers merupakan kelompok remaja dengan kematangan dan usia yang kurang lebih memiliki kesamaan. Selain itu, Neufeld (2004) berpendapat bahwa kelekatan teman sebaya merupakan sebuah ikatan yang melekat yang terjadi antara seorang anak dengan teman-temannya, baik dengan seseorang maupun dengan kelompok sebayanya.

Armsden dan Greenberg (1989) menjelaskan bahwa kelekatan teman sebaya memiliki tiga aspek yaitu, 1) kepercayaan, mengacu pada perasaan yakin dan aman terhadap teman sebaya; 2) komunikasi, mengacu pada bagaimana kualitas komunikasi verbal antara teman sebaya; 3) keterasingan, mengacu pada kemarahan atau pengabaian emosional pada teman sebaya. Kelekatan teman sebaya yang tinggi akan membuat remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan kelompok sebayanya (Shaw, 2006). Salah satu hal yang harus diikuti oleh remaja adalah mengikuti pola makan dilingkunganya agar menjadi sama dengan teman sebayanya (Albers, 2019). Brown (2011) menyatakan bahwa remaja berusaha keras untuk bisa sama dengan kelompok teman sebayanya dengan cara mengadopsi preferensi makanan berdasarkan pengaruh teman sebayanya.

Hasil penelitian Suhada dan Asthiningsih (2019) menunjukkan bahwa teman sebaya mempengaruhi kebiasaan konsumsi makanan cepat saji karena individu pada usia remaja memiliki kelekatan dan lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman sebaya dari pada bersama keluarga. Remaja juga menunjukkan kebiasaan untuk berkumpul, bercerita atau mengerjakan tugas sekolah dengan teman sebayanya sambil mengkonsumsi makanan cepat saji, dikarenakan restoran atau toko yang menjual makanan cepat saji menyediakan tempat yang nyaman bagi remaja. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Hidayati, Mahmudiono, Buanasita, Setiawati, dan Ramadhani (2019) juga menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif makanan cepat saji, terutama jenis makanan cepat saji modern.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kelekatan teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Nurcahyati (2008) yang menemukan bahwa teman sebaya memiliki peran penting dalam perilaku konsumtif remaja. Remaja yang pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif, maka remaja akan mengikuti gaya hidup temannya (Maulana, 2013).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah ada hubungan antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja?”

# METODE

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja usia 18 – 22 tahun. Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan dua skala yaitu Skala Perilaku Konsumtif pada Remaja dan Skala Kelekatan Teman Sebaya. Skala Perilaku Konsumtif pada Remaja (Sumartono,2002) telah dimodifikasi oleh peniliti yang diungkap berdasarkan kriteria perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002). Skala ini menggunakan format skala *likert* dengan menggunakan 4 pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai). STS (Sangat Tidak Sesuai). Skala ini terdiri dari 48 aitem dan koefisien validitasnya antara 0,325 – 0,799 dan reabilitasnya ∝ = 0,959.

Skala Kelekatan Teman Sebaya (Armsden & Greenberg, 1987) telah dimodifikasi oleh peniliti yang diungkap berdasarkan kriteria perilaku konsumtif menurut Armsden & Greenberg (1987). Skala ini menggunakan format skala likert dengan menggunakan 4 pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai). STS (Sangat Tidak Sesuai). Skala ini terdiri dari 18 aitem dan koefisien validitasnya antara 0,425 – 0,738 dan reabilitasnya ∝ =0,908. Untuk menguji hipotesis digunakan Teknik analisis *Product Moment*.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas dan linearitas. Uji normalitas menggunakan teknik analisis model kolmogorov-smirnov. Berdasarkan hasil uji normalitas pada vaiabel perilaku konsumtif makanan cepat saji diperoleh KS-Z = 0,947, p = 0,000 (p < 0,05), pada variabel kelekatan teman sebaya diperoleh KS-Z = 0968, p = 0,000 (p < 0,05), berarti variabel perilaku konsumtif makanan cepat saji dan kelekatan teman sebaya tidak terdistribusi normal. Data yang tidak terdistribusi normal atau menyimpang pada uji normalitas, tidak mempengaruhi hasil penelitian secara signifikan apabila melibatkan subjek dalam jumlah yang besar (Azwar, 2016). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap kedua variabel diperoleh F = 19.958 p < 0,050). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel perilaku konsumtif makanan cepat saji dengan variabel kelekatan teman sebaya merupakan hubungan yang linier.

Dari hasil analisis korelasi product moment pada data penelitian ini diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,321 dengan signifikansi (p<0,010), berarti ada hubungan yang positif signifikan antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji remaja. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Semakin tinggi tingkat kelekatan teman sebaya maka perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja cenderung tinggi. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kelekatan teman sebaya maka perilaku konsumtif makanan cepat saji cenderung rendah. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian Suhada dan Asthiningsih (2019) yang menunjukkan bahwa teman sebaya mempengaruhi kebiasaan konsumsi makanan cepat saji, begitu pula dengan hasil penelitian penelitian yang dilakukan oleh Setiawati, F. S., Mahmudiono, T., Ramadhani, N., & Hidayati, K. F. (2019) juga menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif makanan cepat saji, terutama jenis makanan cepat saji modern.

Hasil kategorisasi skor subjek pada variabel perilaku konsumtif makanan cepat saji dibagi menjadi tiga, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat 10,7% (15 subjek) berada pada kategori tinggi. Kategori sedang sebanyak 89,3% (125 subjek) dan tidak ada subjek dalam kategori rendah. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki perilaku konsumtif makanan cepat saji dalam kategori sedang. Selain itu, pada variable kelekatan teman sebaya menunjukkan bahwa terdapat 75,7% (106 subjek) berada pada kategori kelekatan teman sebaya kategori tinggi. Kategori sedang sebanyak 24,3% (34 subjek) dan tidak ada subjek dalam kategori rendah. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki kelekatan teman sebaya yang tinggi. . Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nurasyiah, Dahlan & Budiman (2010) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja salah satunya dipengaruhi oleh teman-temannya sebesar 54,4%.

Berdasarkan pembahasan teoritik dan hasil empirik, dapat disimpulkan bahwa kelekatan teman sebaya memiliki korelasi dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Semakin tinggi tingkat kelekatan teman sebaya maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Koefisien determinasi (R2) = 0,103 menunjukkan bahwa variabel kelekatan teman sebaya memberikan sumbangan efektif sebesar 10,3% terhadap perilaku konsumtif teman sebaya. Sedangkan 89,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti faktor individu dan lingkungan sosial.

# KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kelekatan teman sebaya maka cenderung semakin tinggi perilaku konsumtif makanan cepat saji pada remaja dan begitu juga sebaliknya. Setiawati, F. S., Mahmudiono, T., Ramadhani, N., & Hidayati, K. F. (2019) mengatakan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif makanan cepat saji, terutama jenis makanan cepat saji modern. kelekatan teman sebaya memiliki kontribusi sebesar 10,3%

sedangkan 89,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti faktor individu dan lingkungan sosial.

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian ini bagi subjek penelitian adalah remaja dapat memiliki kesadaran dan kontrol diri untuk tidak selalu mengikuti pola dilingkungan teman sebayanya. Sehingga dapat menjauhi perilaku boros terhadap makanan cepat saji yang tidak perlu dikonsumsi , remaja diharapkan dapat memiliki konsep diri yang baik agar tidak mudah mengikuti trend dan gengsi semata. Remaja dapat lebih menyadari dampak menngkonsumsi makanan cepat saji dan memperbaiki pola hidup sehat. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapet meneliti dengan mempertimbangkan faktor – faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor individu dan lingkungan sosial.

# DAFTAR PUSTAKA

Agustia, R.S. (2012). Gambaran perilaku konsumtif siswa-i sekolah menengah atas international islamic boarding school republic of Indonesia. <http://thesis.binus.ac.id/doc/Cov>er/2011-2-00205- PS%20Cover001.pdf, 27 may 2020.

Albers, S (2019). *Going to dinner with friends? don’t let peer pressure derail your healthy eating*. *Cleveland Clinic* .https://health.clevelandclinic.org/going-to-dinner-with- friends-dont-let-peer-pressure-derail-your-healthy-eating/

Armsden, G. & Greenberg, M. T (1989). *The inventory of parent and peer attachment: Individual differences and their relationship to psychological well-being in adolescence. Journal of Youth and Adolescence. 16(5).* 427-454

Handayani, D.N.M. (2019). Upaya pengurangan konsumsi junk food untuk menurunkan risiko penyakit tidak menular. *Jurnal kedokteran. 2(1).*11.

Henarosa, S. (2020) Hubungan Kelekatan Teman Sebaya (Peer Attachment) Terhadap Kompetensi Sosial Pada Siswa Di SMA Negeri 1 Kencong.

Heryanti, E. (2009).Hubungan Kebiasaan Makan Cepat Saji (*Fast Food Modern*), Aktivitas Fisik dan Faktor Lainnya Dengan Status Gizi Mahasiswa Penghuni Asrama UI Depok. FKM UI.

Hidayati, K. F., Mahmudiono, T., Buanasita, A., Setiawati, F. S., & Ramadhani, N. (2019). *Peer influence* dan konsumsi makanan cepat saji remaja di SMAN 6 Surabaya. *Amerta Nutrition.3(4).* 218. <https://doi.org/10.20473/amnt.v3i4.2019.218-224>

Irianto,D.P. (2000).*Panduan olahraga untuk kesehatan dan kebugaran*. Yogyakarta. Andi. Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta. PT Indeks Kelompok

Gramedia.

Kotler, P.& Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran.Jilid 1.Jakarta. Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta. Erlangga.

Neufeld , G. (2004). *Hold on to your kids: why parents matter* (1st ed.). Toronto: A. A. Knopf Canada books.google.com

Nurasyiah, Dahlan & Budiwati. (2010). Analisis pengaruh lingkungan sosial ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa (Studi Kasus pada SMA se kota bandung). *Jurnal Sains dan Terapan. 5 (1).*

Nurdiansyah, R. (2019). Pola konsumsi makanan cepat saji dalam kehidupan remaja Jakarta*.*

*Jurnal budaya dan studi kasus : franchise KFC*. 27-30.

Santrock. (2003). *Adolescence, perkembangan remaja*. Edisi Keenam. Jakarta. Erlangga. Schiffman, L.G., & L.L. Kanuk. (1994). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Shaw, M.E. & Costanzo, P.R.(1982). *Theories of Social Psychology*. Second edition. Tokyo.

Mc. Graw Hill.

Septiyani, R. (2011). Waspada *fast food* (karya tulis ilmiah). <http://kesehatan.kompasiana.com/makanan/2011/06/29/waspada-fast> food/.

Setiawati, F. S., Mahmudiono, T., Ramadhani, N., & Hidayati, K. F. (2019) “Intensitas Penggunaan Media Sosial, Kebiasaan Olahraga, dan Obesitas Pada Remaja Di SMA Negeri 6 Surabaya Tahun 2019,” . *Amerta Nutrition*, *3(3)*, 142-148.

Suhada, R.& Asthiningsih, N. W. (2019). Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda. *Borneo Student Research*. *1(1).*

Sukari, L. A., Mudjijono, & Susilantin, E. (2013). *Perilaku konsumtif siswa SMA di DIY*. Yogyakarta. Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB).

Sumartono. (2002). T*erperangkap dalam iklan : meneropong imbas pesan iklan televisi.*

Bandung. PT Alfabeta.

Ufrida, K. & Harianto, S. (2022). KONSUMERISME MAKANAN SIAP SAJI SEBAGAI GAYA HIDUP REMAJA DI KOTA SURABAYA: STUDI KASUS SISWI SMA

MUHAMMADIYAH 4 KOTA SURABAYA. *Jurnal Analisa Sosiologi. 11 (1).*

137 -156.

Worthington-Robert, B.S. & S. R. Williams. (2000). *Nutrition Throughout the Life Cycle*. ED KE – 4. Boston. McGraw- Hill.