

Artikel Penelitian

Predisposing dan Enabling Factor dalam Menentukan Pola Konsumsi Modern Fast Food pada Pekerja Kantor Usia 18-35 Tahun di DKI Jakarta

Alifia Razkia^{1*}

¹Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Indonesia

*Corresponding author: alifiarazkia@gmail.com

ABSTRACT

Background: According to some research, there is a trend of change food consumption patterns from traditional to imported or modern food which is seen in urban communities. For workers, consumption of this food is chosen because of fast serving time and have a delicious taste. These factors are based on Lawrence Green's behavioral theory, one of which is predisposing factors and enabling factors. Therefore, the problem that will be studied in this study is about the factors of consumption of modern fast food in office workers. **Purpose:** The purpose of this study is to know about relationship between predisposing factor (hedonistic lifestyle and income level) and enabling factor (online food delivery and the use of social media) with modern fast food consumption. **Methodology:** It was a cross-sectional study with office workers age 18-35 in DKI Jakarta as the subject. Determination of the sample using snowball sampling and data collection is using a questionnaire in google form. The data bivariate analysis data using chi square. **Results:** It showed that more workers have a moderate modern fast food consumption (50,5%). In predisposing factors, hedonistic lifestyle for workers is at moderate level (70,9%) and income level is at high level (58,3%). In enabling factors, online food delivery used for workers is at low level (55,3%) and social media used is at high level (68,0%). **Conclusion:** There is a relationship between hedonistic lifestyle, income level, and online food delivery with modern fast food consumption. And there is no relationship between social media with modern fast food consumption.

Keywords: hedonistic lifestyle, social media, modern fast food, online food delivery, income

ABSTRAK

Latar belakang: Berdasarkan beberapa penelitian terdapat kecenderungan perubahan pola konsumsi makan dari makanan tradisional ke makanan *import* atau modern yang terlihat pada masyarakat perkotaan. Bagi pekerja konsumsi makanan jenis ini dipilih karena waktu penyajiannya yang cepat serta rasanya yang lezat. Faktor tersebut didasari oleh teori perilaku Lawrence Green diantaranya *predisposing factor* dan *enabling factor*. Untuk itu, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah tentang faktor-faktor konsumsi *modern fast food* pada pekerja kantor. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *predisposing* (gaya hidup hedonisme dan tingkat pendapatan) dan *enabling factor* (*online food delivery* dan penggunaan media sosial) dalam menentukan pola konsumsi *modern fast food*. **Metode:** Metode yang digunakan adalah *cross sectional*. Subjek penelitian ialah pekerja kantor usia 18-35 tahun di DKI Jakarta. Penentuan sampel menggunakan

snowball sampling dengan jumlah responden yang didapat 103 orang, pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian kuesioner oleh responden dalam bentuk *google form*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu univariat dan bivariat (*chi square*). **Hasil:** Penelitian menunjukkan bahwa pekerja memiliki konsumsi *modern fast food* sedang (50,5%). Pada predisposing factor, gaya hidup hedonisme pekerja berada pada tingkat sedang (70,9%) dan tingkat pendapatan tinggi (58,3%). Pada *enabling factor*, tingkat penggunaan online delivery bekerja berada pada tingkat rendah (55,3%) dan tingkat penggunaan media sosial tinggi (68,0%). **Simpulan:** Terdapat hubungan antara gaya hidup hedonisme, tingkat pendapatan, dan *online food delivery* dengan konsumsi *modern fast food* dan tidak terdapat hubungan antara media sosial dengan konsumsi *modern fast food*.

Kata kunci: gaya hidup hedonisme, media sosial, *modern fast food*, *online food delivery*, pendapatan

PENDAHULUAN

Tersedianya akses pangan dan kemudahan dalam menyajikan makanan dapat memiliki dampak yang lain bagi kesehatan. Berdasarkan Foster selama tahun 2011, pasar masih didominasi oleh pertumbuhan *modern fast food* sebesar 41% (1). Konsumsi *modern fast food* di Amerika sepanjang tahun 2013-2016 mencapai 44,9% untuk usia 20-39 tahun (2). Hal tersebut dapat memicu terjadinya obesitas. Obesitas merupakan masalah gizi yang sering ditemui di wilayah perkotaan dimana akses pangan bisa didapat dengan mudah. Menurut data Riskesdas 2018, prevalensi obesitas pada usia >18 tahun di DKI Jakarta mencapai 30.1% angka ini lebih tinggi dari angka nasional sebesar 21.8% (3). Faktor-faktor terjadinya obesitas seperti gaya hidup hedonisme dan faktor lingkungan lainnya dapat dicegah dengan menentukan jenis makanan yang dikonsumsi.

Gaya hidup hedonisme merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumsi. Gaya hidup ini sangat banyak dilakukan oleh masyarakat perkotaan. Penelitian menyatakan bahwa faktor gaya hidup (43,67%) menjadi faktor non

ekonomi yang paling mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Brawijaya (4). Selain itu, tingkat pendapatan sangat berpengaruh terhadap kebiasaan konsumsi makanan bagi orang dewasa karena mereka sendiri dapat mengontrol pengeluarannya terhadap pembelian makanan (5). Penelitian menyatakan bahwa tingkat impulsif konsumen pada sebuah gerai roti bahwa profesi PNS (16,7%) dan pegawai swasta (24,4%) mempunyai tingkat pembelian impulsif lebih tinggi dari pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga dan non pegawai PNS/swasta (6).

Faktor lingkungan merupakan faktor penting dalam penentuan konsumsi suatu makanan. Pada penelitian ditemukan bahwa faktor pemungkin yang diperkirakan paling berpengaruh pada perilaku makan adalah ketersediaan makanan melalui aplikasi layanan pesan antar (7). Selain itu, terdapat faktor media sosial yang dikenal sangat baik dalam mengembangkan pemasaran *modern fast food*. Sejalan dengan penelitian dimana *electronic word-of-mouth* di media sosial Twitter berpengaruh secara signifikan

terhadap minat beli konsumen pada salah satu restoran cepat saji (8).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *predisposing* yaitu banyaknya pertimbangan individu yang berakibat pada terjadinya perilaku (9) (gaya hidup hedonisme dan tingkat pendapatan) dan *enabling factor* yaitu faktor-faktor yang memungkinkan atau yang memfasilitasi perilaku seseorang (10) (*online food delivery* dan penggunaan media sosial) dalam menentukan pola konsumsi *modern fast food* pada pekerja kantor usia 18-35 tahun di DKI Jakarta tahun 2022.

METODE

Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif. Desain penelitian yang dipakai adalah deskriptif observasional melalui pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah seperti Kuningan, Sudirman, Senayan, Thamrin, Pondok Indah, Pasar Minggu Kelapa Gading, Pantai Indah Kapuk, Kebon Jeruk, Grogol, Pulo Gadung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2022. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *snowball sampling*, yaitu dimana peneliti meminta informasi dari sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya. Jumlah sampel minimal untuk penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan sampel minimal untuk uji hipotesis beda 2 proporsi berdasarkan rumus *Lemeshow* yaitu 93 orang. Kriteria inklusi dari subjek, yaitu (1) Orang dewasa usia 18-35 tahun, (2) Pekerja kantor baik PNS maupun swasta yang bekerja di DKI Jakarta (3) Pernah atau sering mengonsumsi *modern fast food*

dalam satu bulan terakhir (4) Bersedia menjadi responden penelitian sementara kriteria eksklusinya yaitu pekerja *freelance* dan *part-time*. Jumlah responden yang didapat ialah 103 responden.

Data pola konsumsi *modern fast food* didapat dengan menggunakan formulir FFQ (*Food Frequency Questionnaire*) konsumsi *modern fast food* dan data lainnya seperti karakteristik, gaya hidup hedonisme, penggunaan *online food delivery*, dan penggunaan media sosial menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form*. Kuesioner yang digunakan telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu *link google form* disebarakan peneliti kepada beberapa orang yang kemudian diwajibkan untuk disebarakan kembali khususnya kedalam grup atau melalui media sosial. Setelah data didapat, data diinput dan diolah menggunakan perangkat SPSS dan uji hubungan bivariat menggunakan uji chi square dengan Confidence Interval (CI) sebesar 95%.

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik oleh Komisi Etik Penelitian Kedokteran dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (KEPKK-UHAMKA) dengan nomor persetujuan 03/22.04/01693.

HASIL

Hasil analisis karakteristik responden dapat dilihat dalam tabel 1. Bidang pekerjaan *On desk* yang dimaksud pada tabel 1 ialah bidang pekerjaan dimana banyak waktu yang dihabiskan di atas meja kantor. Sedangkan *Non desk* ialah bidang pekerjaan dimana sedikit waktu yang dihabiskan di atas meja kantor dan lebih banyak beraktivitas di luar kantor.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik	n	%
Usia		
17-20	10	9,8
21-25	64	62,2
26-30	20	19,4
31-35	9	8,7
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	23,3
Perempuan	79	76,7
Pekerjaan		
PNS	6	5,8
BUMN	11	10,7
Pegawai Swasta	86	83,5
Bidang Pekerjaan		
<i>On desk</i>	81	78,6
<i>Non desk</i>	22	21,4
Pendidikan Terakhir		
SMA/ sederajat	38	36,9
Diploma (DI/II/III/IV)	7	6,8
Sarjana (S1)	51	49,5
Pascasarjana (S2/S3)	7	6,8
Total	103	100

Data kuesioner konsumsi *modern fast food* berisi 10 daftar jenis makanan. Data frekuensi diberi skor berdasarkan seberapa sering seseorang mengonsumsi makanan tersebut. Data diolah dengan menjumlahkan skor pada setiap responden kemudian dihitung menggunakan rumus skor/skor keseluruhan x 100. Terdapat tiga kategori untuk tingkat konsumsi *modern fast food* yaitu rendah (skor 10-39), sedang (skor 40-69), dan tinggi (skor 70 -100) (11). Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat konsumsi *modern fast food* sedang (50,5%). Pada hasil jenis *modern fast food* yang paling sering dikonsumsi 1 kali setiap hari berdasarkan data FFQ ialah *nugget* (12,6%) lalu kemudian *pizza* dan *sisis* (6,8%). Makanan yang paling tidak

pernah dikonsumsi dalam satu bulan ialah *sandwich* (54,4%) dan *spageti* (38,8%).

Data kuesioner gaya hidup hedonisme berisi total 12 pernyataan mengenai sikap melalui dimensi pengaruh teman, sikap permisif, dan konsep diri. Skala disajikan dalam bentuk pertanyaan *favorable* (mendukung) dengan skor masing-masing. Data diolah dengan menjumlahkan skor pada setiap responden kemudian dihitung menggunakan rumus skor/skor keseluruhan x 100. Terdapat tiga kategori untuk gaya hidup hedonisme yaitu tidak hedonisme (skor 12-27), hedonisme sedang (skor 28-34), dan sangat hedonisme (skor 44-60) (12). Pada penelitian ini mayoritas responden memiliki gaya hidup hedonisme sedang (70,9%). Pada variabel tingkat pendapatan mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan tinggi (58,3%) yaitu diatas >UMP (Rp.4.641.854,-) (13). Terdapat tiga kategori untuk penggunaan *online food delivery* yaitu rendah (<4x/minggu), sedang (4-8x/minggu), dan tinggi (>8x/minggu)(14). Pada penggunaan *online food delivery* mayoritas responden memiliki tingkat *online food delivery* rendah (55,3%) dengan waktu yang paling sering digunakan untuk menggunakan jasa *online food delivery* yaitu ketika di rumah ketika sudah pulang bekerja (59,2%).

Terdapat dua kategori untuk penggunaan media sosial yaitu rendah (1-4x/hari) dan tinggi (>4x/hari) dan untuk durasi yaitu rendah (1-3 jam/hari) dan tinggi (3 jam/hari) (15). Pada variabel penggunaan media sosial mayoritas responden memiliki tingkat penggunaan media sosial tinggi (68%) dan durasi penggunaan media sosial tinggi (61,2%).

Tabel 2. Hasil Analisis Hubungan Antar Variabel

Variabel	Tingkat Konsumsi <i>Modern Fast Food</i>						OR	P-value
	Tinggi		Rendah		Total			
	n	%	n	%	n	%		
Gaya Hidup Hedonisme								
Hedonisme	61	63,5	35	36,5	96	100	2,324	0,02
Tidak hedonisme	3	42,8	4	57,2	7	100	(0,491-10,988)	
Tingkat Pendapatan								
Tinggi	36	60	24	40	60	100	0,804	0,00
Rendah	28	65,1	15	34,9	43	100	(0,357-1,811)	
Penggunaan <i>Online Food Delivery</i>								
Tinggi	37	80,5	9	19,5	46	100	4,568	0,00
Rendah	27	47,4	30	52,6	57	100	(1,867-11,179)	
Penggunaan Media Sosial								
Tinggi	39	55,7	31	44,3	46	100	-	0,06
Rendah	25	75,7	8	24,3	57	100		

Pada uji bivariat, variabel konsumsi *modern fast food*, gaya hidup hedonisme, dan penggunaan *online food delivery* dibagi lagi kedalam dua kategori yaitu rendah dan tinggi. Kriteria sedang digabungkan kedalam kategori tinggi mengingat risiko dan efek buruknya bagi kesehatan dan kehidupan. Nilai *Odds Ratio* (OR) pada tabel 2 menunjukkan jumlah paparan risiko yang muncul atas hubungan beberapa variabel independen dengan konsumsi *modern fast food* tersebut. Hasil analisis hubungan antar variabel atau bivariat dapat dilihat pada tabel 2.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, konsumsi *modern fast food* tinggi pada pekerja dapat disebabkan karena akses dan ketersediaan makanan *modern fast food* yang dapat dijangkau oleh semua kalangan khususnya di DKI Jakarta baik berupa restoran langsung atau dalam bentuk kemasan *frozen food* yang dijual di toko-toko makanan terdekat. Selain itu gerai *modern fast food* yang dekat dan dapat dijangkau menggunakan

layanan *online food delivery* menyebabkan tingginya konsumsi makanan jenis ini (16). Menurut Fryar et al (2) masyarakat usia dewasa muda di Amerika Serikat lebih sering mengonsumsi *modern fast food* jika dibandingkan dengan usia dewasa menengah sampai lanjut. Hal tersebut dapat disebabkan karena mengonsumsi makanan *modern fast food* selain lezat dan berselera dikarenakan mereka merasa makanan tersebut dapat membuat dirinya mudah kenyang karena kandungannya yang banyak mengandung lemak dan karbohidrat (17).

Pada variabel gaya hidup hedonisme responden dengan tingkat konsumsi *modern fast food* tinggi lebih banyak pada pekerja yang memiliki gaya hedonisme tinggi. Pada penelitian Wibawanto (18) didapatkan bahwa mengonsumsi makanan di restoran *modern fast food* merupakan salah satu ciri dari gaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonisme seringkali ditemukan pada usia dewasa awal yaitu 18-35 tahun terutama pada wilayah urban di DKI Jakarta (19). Gaya hidup ini

dilakukan demi menunjukkan profil diri kepada khalayak. Hal ini disebabkan karena selera konsumerisme global yang berorientasi pada produk asing sehingga akan tampak menjadi simbol status diri kepada orang lain (19).

Pada variabel tingkat pendapatan responden dengan tingkat konsumsi *modern fast food* tinggi lebih banyak pada pekerja yang memiliki tingkat pendapatan rendah. Hal ini sejalan dengan dengan penelitian Zagorsky & Smith (16) yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan konsumsi *fast food* pada orang dengan pendapatan kelas menengah ke bawah. Pada penelitian ini, hal tersebut dapat disebabkan karena restoran *modern fast food* kini gerainya lebih banyak ditemukan di DKI Jakarta dan lebih mudah untuk diakses baik dengan transportasi pribadi ataupun menggunakan jasa *online food delivery* sehingga semua kalangan dapat mengonsumsi makanan jenis ini.

Layanan yang ditawarkan dalam aplikasi penyedia jasa *online food delivery* seperti GoFood dapat menyebabkan konsumsi makanan jenis *modern fast food* dapat menjangkau seluruh kalangan. Pada setiap bulannya, aplikasi penyedia jasa *online food delivery* seperti GoFood atau GrabFood mempromosikan berbagai hal menarik seperti potongan harga, uang kembali ataupun gratis ongkir. Dampaknya masyarakat dengan berbagai kalangan termasuk pendapatan rendah dapat sering mengonsumsi *modern fast food*.

Pada variabel penggunaan *online food delivery* didapat bahwa responden tingkat konsumsi *modern fast food* tinggi lebih banyak pada pekerja yang memiliki tingkat penggunaan *online food delivery*.

Hal ini sejalan dengan dengan penelitian Ningdiah (14) bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi pemesanan makanan online dengan frekuensi konsumsi pangan sumber gula, garam, dan lemak seperti *fast food*. Selain itu, penelitian Stephens et al. (20) turut menjelaskan bahwa layanan pesan antar makanan merupakan salah satu cara yang paling banyak disukai oleh masyarakat Amerika Serikat dalam mengakses makanan terutama *fast food*. Sebanyak 52% diantaranya menggunakan layanan tersebut untuk makan siang.

Pada penelitian ini, layanan GoFood dari aplikasi GOJEK merupakan layanan *online food delivery* yang paling banyak digunakan oleh pekerja (65%). Menurut GOJEK (21), diketahui sebanyak 83% konsumen urban memilih GoFood karena dianggap memiliki pilihan menu beragam serta *merchant* beragam. Selain itu pada penelitian ini para pekerja lebih memilih untuk memesan makanan karena waktu yang dibutuhkan lebih sedikit dan praktis, ditambah dengan jam pulang kerja yang memakan waktu banyak sehingga menimbulkan kelelahan dan pada akhirnya pekerja lebih memilih untuk menggunakan jasa *online food delivery*.

Pada variabel penggunaan media sosial didapatkan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna. Hal ini sejalan dengan dengan penelitian Mustomi & Puspasari (22) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif salah satunya dalam *fast food*. Hal tersebut dapat disebabkan karena terdapat factor yang lebih mendukung

dalam penelitiannya yaitu seperti dukungan teman atau orang sekitar (23).

Pada penelitian ini, media sosial bukan faktor yang berhubungan dengan konsumsi *modern fast food* responden. Faktor lain seperti teman sebaya dimana dalam kebiasaan mengonsumsi makanan di suatu lingkungan seperti lingkup pekerja kantor, mereka akan sering mengikuti saran jenis makanan dari teman sebayanya. Selain itu, jenis media sosial yang sering digunakan pada zaman ini seperti Instagram, Twitter, dan Facebook dapat diatur dengan mudah seperti memilih akun-akun atau topik yang ingin diikuti sesuai keinginan penggunanya. Penyedia layanan media sosial tersebut pun dapat mengatur informasi apa yang cocok untuk ditampilkan pada beranda utama aplikasi media sosial mereka sehingga apabila pengguna tersebut tidak pernah tertarik untuk mencari informasi mengenai makanan atau *modern fast food*, maka iklan atau informasi mengenai hal tersebut tidak akan sampai kepada pengguna.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan gaya hidup hedonisme, tingkat pendapatan, dan penggunaan *online food delivery* dengan pola konsumsi *modern fast food* pada pekerja kantor usia 18-35 tahun di DKI Jakarta tahun 2022. Pada variabel penggunaan media sosial, tidak terdapat hubungan penggunaan media sosial dengan pola konsumsi *modern fast food* pada pekerja kantor usia 18-35 tahun di DKI Jakarta tahun 2022. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dilakukan penelitian mengenai status gizi pekerja kantor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, kepada teman saya yang turut membantu untuk menyebarkan kuesioner penelitian ini serta seluruh responden dalam penelitian ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Saya selaku penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dan tidak ada afiliasi atau koneksi dengan atau entitas atau organisasi apa pun, yang dapat menimbulkan pertanyaan bias dalam diskusi dan kesimpulan naskah ini.

REFERENSI

1. Foster B. Pengaruh Product Assortment Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulse Buying Pengunjung Trans Studio Mall (TSM) Bandung. *Sosiohumaniora*. 2015;17(1):56–9.
2. Fryar CD, Hughes JP, Herrick KA, Ph D, Ahluwalia N, Ph D. Fast Food Consumption Among Adults in the United States. *NCHS Data Brief*. 2018;(322).
3. Kemenkes RI. Riset Kesehatan Dasar. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan; 2018.
4. Rahmadani TA. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Melalui Aplikasi Go-Food : Penilaian Halal Serta Faktor Ekonomi & Non Ekonomi Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). Universitas Brawijaya; 2018.

5. Triwijayati A, Pradipta DB. Kelas Sosial Vs Pendapatan : Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods Dan Jasa. 2018;XXIII(02):141–58.
6. Satriawan SB, Hartoyo, Yuliaty LN. Hedonisme Konsumen Sebagai Variabel Mediator Antara Pemasaran Dan Pembelian Tidak Terencana. *J Ilmu Kel dan Konsum.* 2015;8(1):59–68.
7. Maretha FY, Margawati A, Wijayanti HS, Diany FF. Hubungan Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan Online Dengan Frekuensi Makan Dan Kualitas Diet Mahasiswa. *J Nutr Coll.* 2020;9(3):160–8.
8. Prastyo K. Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento. Universitas Brawijaya; 2020.
9. Pakpahan M, Siregar D, Susilawaty A, Mustar T, Ramdany R, Manurung EI, et al. Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Yayasan Kita Menulis; 2021.
10. Purnomo BI, Gayatri RW. Hubungan Faktor Predisposisi, Faktor Pemungkin, dan Faktor Penguat Dengan Perilaku Merokok Pelajar SMKN 2 Kota Probolinggo Tahun 2017. *Prev Indones J Public Heal.* 2018;
11. Rahayu NK. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kebiasaan Konsumsi Fast Food pada Kalangan Pegawai Negeri dan Swasta di Jakarta. Institut Pertanian Bogor; 2019.
12. Effendi SRF. Analisis Perilaku Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa PTN “ X ” Berdasarkan Metode Regresi Logistik Ordinal. Institut Teknologi Sepuluh Nopember; 2017.
13. BPS. Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka. Jakarta: BPS Provinsi DKI Jakarta; 2020.
14. Ningdiah DP. Hubungan Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan Online dengan Kebiasaan Konsumsi Pangan Sumber Gula, Garam, dan Lemak pada Pegawai Perkantoran di DKI Jakarta. Institut Pertanian Bogor; 2019.
15. Karmila S. Hubungan Terpaan Informasi Makanan Pada Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Makan Pada Mahasiswa Di Universitas Sumatera Utara Tahun 2019. Universitas Sumatera Utara; 2020.
16. Zagorsky JL, Smith PK. The Association Between Socioeconomic Status and Adult Fast Food Consumption in the U.S. *Econ Hum Biol.* 2017;27(A):12–25.
17. Bonita IA. Hubungan Konsumsi Fast Food Dan Aktivitas Fisik Dengan Kejadian Overweight Pada Remaja Stunting SMP. Universitas Diponegoro; 2016.
18. Wibawanto S. Peran Keluarga Dalam Perilaku Pembelian Hedonis. *J Fokus Bisnis.* 2018;17(02):1–14.
19. Anwar S. Gaya Hidup Dan Perilaku Kaum Urban Pekerja Kelas Menengah Jakarta Di Era Global (Studi Kasus pada Pekerja di Kawasan Sudirman). PEKOBIS J

- Pendidik Ekon dan Bisnis. 2021;5(1):15–31.
20. Stephens J, Miller H, Militello L. Food Delivery Apps and the Negative Health Impacts for Americans. *Front Nutr.* 2020;7:1–2.
 21. GOJEK. GOJEK [Internet]. 2019. Available from: <https://www.gojek.com/blog/gofood/gofood-tetap-no-1/>
 22. Mustomi D, Puspasari A. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN J Penelit.* 2020;4(1):133.
 23. Suhada R, Asthiningsih NWW. Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast food) pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda. *Borneo Student Res.* 2019;38–45.