

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi

1. Gambaran Geografis Lokasi Penelitian

Fakultas kesehatan masyarakat merupakan salah satu diantara fakultas yang ada di Universitas Muslim Indonesia. Secara umum letak fakultas kesehatan masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Pampang
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Fakultas Ekonomi
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Pampang
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Fakultas Farmasi

2. Sejarah & Profil Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

a. Sejarah

FKM UMI dibawah naungan Universitas Muslim Indonesia dengan akreditasi institusi Unggul Pertama di luar Pulau Jawa didirikan untuk mencetak ahli dan profesional kesehatan masyarakat yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Saat ini FKM UMI terakreditasi Unggul dengan fasilitas yang sudah sangat memadai dan memiliki laboratorium yang cukup memadai. Didirikan pada tanggal 11 Maret 2002

adalah merupakan momentum yang dapat dijadikan tonggak penting tercapainya kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian, serta Pengabdian pada Masyarakat) yang bereputasi nasional yang berbasis nilai-nilai Islam.

Implementasi arah pengembangan ke dalam program pengembangan FKM-UMI menjadi penting sebagai landasan dasar (platform) pengembangan FKM UMI untuk ke depan yang bermanfaat untuk penguatan pelayanan FKM-UMI dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi bersifat nasional berdasarkan Visi dan Misi Fakultas Kesehatan Masyarakat UMI.

b. Profil

Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia (FKM UMI) berkomitmen mencetak tenaga kesehatan kompeten yang siap melayani masyarakat. Didukung fasilitas modern seperti laboratorium gizi, epidemiologi, dan kesehatan lingkungan, serta kerjasama dengan rumah sakit praktek, termasuk Rumah Sakit Pendidikan UMI, mahasiswa FKM UMI mendapatkan pengalaman langsung di lapangan.

Dengan suasana belajar kondusif dan sarana prasarana yang lengkap, FKM UMI menggabungkan teori dan praktik untuk memastikan lulusan memiliki keterampilan sesuai kebutuhan industri kesehatan. Menerapkan Catur Dharma, FKM UMI

bertujuan pada 2030 menghasilkan tenaga kesehatan Islami yang berorientasi pada pengabdian masyarakat, khususnya di daerah dengan akses kesehatan terbatas.

3. Visi Misi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Visi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia yakni Terwujudnya Fakultas Kesehatan Masyarakat yang unggul dalam menghasilkan tenaga kesehatan profesional dan islami, kompeten, dan berdedikasi tinggi dalam pengembangan kesehatan pada tingkat internasional 2030.

Misi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia adalah:

- a. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat yang menghasilkan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan khususnya bidang kesehatan.
- b. Mendidik tenaga kesehatan yang memiliki integritas kepribadian yang islami, menjunjung tinggi etika profesi, memiliki keunggulan kepekaan sosial, pengabdian yang mandiri dalam membangun pengetahuan teknologi dan seni di bidang kesehatan.
- c. Mendidik tenaga kesehatan yang mampu mengasuh (*caring*), peduli (*concern*), kasih (*affecting*), dan bersikap tulus (*being*).

available) dalam menyanggah profesi kesehatan sebagai tenaga penolong (*helper*).

- d. Menghasilkan tenaga kesehatan yang handal, mandiri, dan kompetitif di tengah-tengah masyarakat.

4. Pimpinan & Manajemen Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Dekan:

Dr. Suharni A. Fachrin, S.Pd., M.Kes

Wakil Dekan I:

Dr. Sundari., S.ST., MPH

Wakil Dekan II:

Dr. Brajakson Siokal, S.Kep.,Ns., M.Kep.,Sp.Kep.Kom

Wakil Dekan III:

Dr. Andi Surahman Batara, SKM.,M.Kes

Wakil Dekan IV:

Dr. dr. H. Muh. Khidri Alwi, M.Kes

Ketua Program Studi Kesehatan Masyarakat:

Mansur Sididi, SKM., M.Kes

Ketua Program Studi Keperawatan:

Wa Ode Sri Asniar, S.Kep.,Ns.,M.Kes.,M.Kep

Ketua Program Studi Profesi Ners:

Sudarman, S.Kep.,Ns.,M.Kes.,M.Kep

Ketua Program Studi Kebidanan:

Azrida M, S.Si.T.,M.Kes

5. Sarana Dan Prasarana Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Adapun sarana dan prasarana di FKM UMI adalah sebagai berikut:

- a. Ruang kuliah yang dilengkapi AC dan LCD
- b. Laboratorium yang lengkap yaitu laboratorium biomedik, keperawatan dasar, keperawatan *medical* bedah, keperawatan maternitas, keperawatan anak, keperawatan jiwa, laboratorium kebidanan dasar, laboratorium fisiologi dan patologi, laboratorium kesehatan lingkungan, laboratorium terpadu kesmas serta laboratorium computer.
- c. Perpustakaan/ruang baca
- d. *Wireless Fidelity (Wi-fi)*

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa FKM UMI yang meliputi pengetahuan, pendapatan orang tua, pengaruh teman sebaya, pengaruh media sosial, dan kemudahan akses.

Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 253 mahasiswa dari total populasi 692 mahasiswa. Pengumpulan data terhadap

mahasiswa dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa link *google form* kepada responden dan kemudian peneliti melakukan pengolahan data.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian diolah menggunakan alat bantu computer dengan program olah data Microsoft Excel dan SPSS. Kemudian dianalisis dengan menggunakan uji chi square dan disajikan dalam bentuk tabel. Adapun hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas muslim Indonesia

Jenis Kelamin	n	%
Laki-laki	48	19.0
Perempuan	205	81.0
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa dari 253 responden, didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 205 mahasiswi (81%).

b. Usia

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan usia didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Usia	n	%
18 Tahun	2	0.8
19 Tahun	26	10.3
20 Tahun	75	29.6
21 Tahun	76	30.0
22 Tahun	50	19.8
23 Tahun	13	5.1
24 Tahun	11	4.3
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa responden paling banyak berusia 21 tahun sebanyak 76 responden (30%) dan responden paling sedikit berusia 18 tahun sebanyak 2 responden (0,8%).

c. Tempat Tinggal

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.3
Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Usia	n	%
Kost/kontrakan	97	38.3
Rumah Keluarga	71	28.1
Tinggal bersama orang tua/rumah sendiri	85	33.6
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa responden paling banyak tinggal di kost/kontrakan yaitu sebanyak 97 responden (38,3%) dan responden paling sedikit tinggal di rumah keluarga yaitu sebanyak 71 responden (28,1%).

d. Pekerjaan Orang Tua

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa pekerjaan orang tua responden paling dominan adalah wiraswasta sebanyak 41 (16,2%) dan paling sedikit adalah lainnya sebanyak 15 (5,9%).

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 4
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Pekerjaan	n	%
IRT	21	8.3
Petani	32	12.6
Nelayan	30	11.9
Wiraswasta	41	16.2
Pegawai Swasta	40	15.8
PNS	41	16.2
TNI/Polri	33	13.0
Lainnya	15	5.9
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

e. Uang Saku

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.5
Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Uang Saku/Bulan	n	%
< Rp 1.000.000	61	24.1
≥ Rp 1.000.000	192	75.9
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa responden paling dominan memiliki uang saku $\geq$ Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 192 responden (75,9%).

2. Analisis Univariat

Analisis ini digunakan untuk menganalisis setiap variabel secara deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui distribusi, frekuensi, dan karakteristik dari setiap variabel.

a. Pengetahuan

Pengetahuan yang didistribusikan antara lain jawaban tentang pertanyaan pengetahuan yang diketahui responden mengenai *fast food*, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 6
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Pengetahuan
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Pengetahuan	n	%
Cukup	195	77.1
Kurang	58	22.9
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa dominan responden memiliki pengetahuan cukup yaitu sebanyak 195 responden (77,1%).

No.	Pengetahuan	Benar		Salah	
		n	%	n	%
1.	Makanan cepat saji (fast food) adalah makanan yang berasal dari luar negeri yang menyehatkan	162	64,0	91	36,0
2.	Makanan cepat saji (fast food) adalah makanan yang mengandung lemak jenuh	167	66,0	86	34,0
3.	Jenis-jenis fast food diantaranya adalah rainbow cake, KFC, MCD, Burger King,dll	205	81,0	48	19,0
4.	Pizza termasuk makanan cepat saji yang proses produksinya menggunakan teknik olah baking	187	73,9	66	26,1
5.	Sosis dan nugget termasuk fast food dengan metode pengawetan pembekuan (freeze)	194	76,7	59	23,3
6.	Pola menu 4 sehat 5 sempurna sedikit demi sedikit telah tergeser dengan pola konsumsi makanan cepat saji (fast food)	215	85,0	3	15,0
7.	Makanan cepat saji (fast food) adalah jenis makanan yang paling menyehatkan bagi tubuh	175	69,2	78	30,8
8.	Makanan cepat saji adalah makanan yang diawetkan agar membantu proses memasak lebih cepat	182	71,9	71	28,1
9.	Kandungan di dalam hamburger salah satunya adalah karbohidrat yang berfungsi sebagai zat pendorong metabolisme bagi tubuh	134	53,0	119	47,0
10.	Pada hamburger mengandung lemak, protein, dan karbohidrat	168	66,4	85	33,6
11.	Makanan cepat saji (fast food) memiliki berbagai variasi menu pilihan yang berkualitas namun membahayakan bagi kesehatan	192	75,9	61	24,1
12.	Fast food dikenal higienis, berkarbohidrat tinggi, berprotein tinggi dan berserat tinggi	154	60,9	99	39,1
13.	Makanan cepat saji (fast food) mengandung banyak garam sehingga apabila sering mengkonsumsi mengakibatkan hipertensi	170	67,2	83	32,8
14.	Mengonsumsi fast food berlebihan menyebabkan seseorang berkolesterol	192	75,9	61	24,1

	tinggi				
15.	Obesitas (kelebihan berat badan) adalah salah satunya yang dapat terjadi pada remaja yang sering mengkonsumsi fast food	169	66,8	84	33,2
16.	Mie instant merupakan salah satu fast food yang paling baik untuk dijadikan menu sarapan setiap harinya	139	54,9	114	45,1
17.	Bahan pengawet pada makanan cepat saji bermacam-macam dan tidak sedikit yang membahayakan bagi tubuh	172	68,0	81	32,0
18.	Mengkonsumsi fast food dianjurkan minimal 2x dalam seminggu	151	59,7	102	40,3

b. Pendapatan Orang Tua

Pendapatan orang tua yang didistribusikan antara lain jawaban tentang jumlah penghasilan orang tua responden.

Tabel 5.7
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Pendapatan
Orang Tua Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Pendapatan Orang Tua	n	%
Cukup	201	79.4
Kurang	52	20.6
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.7 menunjukkan bahwa dominan responden memiliki pendapatan orang tua cukup yaitu sebanyak 201 responden (79,4%).

c. Pengaruh Teman Sebaya

Pengaruh teman sebaya didistribusikan antara lain jawaban tentang pertanyaan ada atau tidak adanya pengaruh teman sebaya terhadap responden dalam mengonsumsi *fast food*.

Tabel 5.8
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Pengaruh Teman Sebaya Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Pengaruh Teman Sebaya	n	%
Tidak Berpengaruh	42	16.6
Pengaruh Sedang	160	63.2
Berpengaruh	51	20.2
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa dominan responden memiliki pengaruh sedang yaitu sebanyak 160 responden (63,2%).

No	Pengaruh Teman Sebaya	STS		TS		N		S		SS	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1.	Saya sering memilih untuk memakan fast food karena teman-teman saya juga memilih memakan makanan fast food.	34	13,4	46	18,2	49	19,4	61	24,1	63	24,9
2.	Saya diajak oleh teman-teman saya untuk memakan fast food meskipun saya tidak berencana untuk memakan fast food	35	13,8	41	16,2	51	20,2	68	26,9	58	22,9
3.	Saya cenderung mengonsumsi fast food lebih sering karena saya merasa hal itu adalah	36	14,2	46	18,2	46	18,2	74	29,2	51	20,2

	kebiasaan umum dalam kelompok pertemanan saya										
4.	Teman-teman saya sering mengajak saya untuk mengunjungi gerai fast food sebagai alternatif makanan	36	14,2	37	14,6	57	22,5	62	24,5	61	24,1

d. Pengaruh Media Sosial

Pengaruh media sosial didistribusikan antara lain jawaban tentang pertanyaan ada atau tidak adanya pengaruh media sosial terhadap responden dalam mengonsumsi *fast food*.

Tabel 5.9
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Pengaruh Media Sosial Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Pengaruh Media Sosial	n	%
Tidak Berpengaruh	49	19.4
Pengaruh Sedang	155	61.3
Berpengaruh	49	19.4
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.9 menunjukkan bahwa dominan responden memiliki pengaruh sedang yaitu sebanyak 155 responden (61,3%).

No	Pengaruh Media Sosial	STS		TS		N		S		SS	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1.	Saya sering melihat iklan atau promosi makanan cepat saji di platform media sosial (Instagram, TikTok, YouTube).	34	13,4	56	22,1	49	19,4	57	22,5	57	22,5
2.	Saya sering melihat konten tentang makanan cepat saji di media sosial yang diposting oleh <i>influencer</i> atau selebriti.	27	10,7	52	20,6	48	19,0	63	24,9	63	24,9
3.	Saya pernah membeli atau mengonsumsi makanan cepat saji setelah melihat iklan atau promosi tentang fast food di media sosial.	37	14,6	43	17,0	57	22,5	61	24,1	55	21,7
4.	Saya mengikuti <i>influencer</i> atau akun media sosial yang sering memposting konten tentang makanan cepat saji.	36	14,2	54	21,3	49	19,4	66	26,1	48	19,0
5.	Konten media sosial yang menunjukkan gaya hidup konsumsi fast food (misalnya, foto atau video makan fast food) memengaruhi keputusan saya untuk membeli atau mengonsumsi makanan cepat saji.	29	11,5	48	19,0	58	22,9	61	24,1	57	22,5

e. Kemudahan Akses

Kemudahan akses didistribusikan antara lain jawaban tentang pertanyaan mudah atau tidak mudahnya akses untuk mengonsumsi *fast food*.

Tabel 5.10
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Kemudahan Akses Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Kemudahan Akses	n	%
Mudah	127	50.2
Tidak Mudah	126	49.8
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa dominan responden mudah dalam mengakses *fast food* yaitu sebanyak 127 responden (50,2%).

No	Kemudahan Akses	Ya		Tidak	
		n	%	n	%
1.	Apakah lokasi tempat tinggal atau kampus anda dekat lokasi restoran fast food?	125	49,4	128	50,6
2.	Apakah anda merasa mudah dalam mengakses makanan cepat saji mellaui aplikasi online seperti GoFood, GrabFood dan lain-lain?	137	54,2	116	45,8
3.	Apakah anda sering menggunakan layanan pengantaran makanan online untuk memesan fast food?	131	51,8	122	48,2
4.	Apakah anda merasa bahwa jam operasional restoran fast food cukup fleksibel untuk memudahkan Anda mengaksesnya?	140	55,3	113	44,7
5.	Jika restoran fast food memiliki lokasi yang lebih dekat, layanan pengantaran yang lebih cepat, dan jam operasional yang lebih	123	48,6	130	51,4

	fleksibel, apakah Anda cenderung mengonsumsinya lebih sering?				
--	---	--	--	--	--

f. Pola Konsumsi *Fast Food*

Pola konsumsi *fast food* didistribusikan antara lain jawaban tentang pertanyaan frekuensi mengonsumsi *fast food*.

Tabel 5.11
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Frekuensi
Konsumsi *Fast Food* Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Frekuensi Konsumsi <i>Fast Food</i>	n	%
Rendah	26	10.3
Sedang	175	69.2
Tinggi	52	20.6
Total	253	100.0

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan distribusi responden pada tabel 5.11 menunjukkan bahwa dominan responden memiliki frekuensi konsumsi *fast food* sedang yaitu sebanyak 175 responden (69,2%).

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa *fast food* yang paling banyak dikonsumsi adalah gorengan dengan frekuensi konsumsi ≥ 2 kali/hari (32, 4%) dan yang paling jarang dikonsumsi adalah lumpia (*spring rolls*) dengan frekuensi konsumsi 3-6 kali/minggu (9,1%).

3. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan variabel terikat (dependen) dengan variabel tidak terikat (independen). Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa variabel dependen pada penelitian ini adalah pola konsumsi *fast food*, sedangkan variabel independen yang diteliti adalah pengetahuan, pendapatan orang tua, pengaruh teman sebaya, pengaruh media sosial, dan kemudahan akses.

a. Pengetahuan

Tabel 5.12
Hubungan Pengetahuan dengan Pola Konsumsi *Fast Food*
Mahasiswa Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia

Pengetahuan	Pola Konsumsi Fast Food						Total		P- value
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	0,000
Cukup	23	11,8	144	73,8	28	14,4	195	100	
Kurang	3	5,2	31	53,4	24	41,4	58	100	
Total	26	10,3	175	69,2	52	20,6	253	100	

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.12 diperoleh informasi bahwa yang tertinggi adalah responden yang memiliki pengetahuan cukup dengan pola konsumsi sedang yaitu sebanyak 144 responden (73,8%) dan yang terendah adalah responden yang memiliki pengetahuan kurang dengan pola konsumsi rendah yaitu sebanyak 3 responden (5,2%).

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai $p\text{-value} = 0,000$. Karena nilai $p\text{-value} < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia.

b. Pendapatan Orang Tua

Tabel 5.13
Hubungan Pendapatan Orang Tua dengan Pola Konsumsi
***Fast Food* Mahasiswa Kesehatan Masyarakat**
Universitas Muslim Indonesia

Pendapatan Orang Tua	Pola Konsumsi Fast Food						Total		P- value
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	0,396
Cukup	18	9	141	70,1	42	20,9	201	100	
Kurang	8	15,4	34	65,4	10	19,2	52	100	
Total	26	10,3	175	69,2	52	20,6	253	100	

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.13 diperoleh informasi bahwa yang tertinggi adalah responden yang memiliki pendapatan orang tua yang cukup dengan pola konsumsi yang sedang yaitu sebanyak 141 responden (70,1%) dan yang terendah adalah responden yang memiliki pendapatan orang tua yang kurang dengan pola konsumsi rendah yaitu sebanyak 8 responden (15, 4%).

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai $p\text{-value} = 0,396$. Karena nilai $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada hubungan

yang bermakna antara pendapatan orang tua dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia.

c. Pengaruh Teman Sebaya

Tabel 5.14
Hubungan Pengaruh Teman Sebaya dengan Pola Konsumsi
***Fast Food* Mahasiswa Kesehatan Masyarakat**
Universitas Muslim Indonesia

Pengaruh Teman Sebaya	Pola Konsumsi Fast Food						Total		P- value
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	0,001
Tidak Berpengaruh	6	14,3	29	69	7	16,7	42	100	
Pengaruh sedang	14	8,8	122	76,3	24	15	160	100	
Berpengaruh	6	11,8	24	47,1	21	41,2	51	100	
Total	26	10,3	175	69,2	52	20,6	253	100	

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.14 diperoleh informasi bahwa yang tertinggi adalah responden yang memiliki pengaruh sedang dengan pola konsumsi sedang yaitu sebanyak 122 responden (76,3%) dan yang terendah adalah responden yang tidak berpengaruh dengan pola konsumsi rendah yaitu sebanyak 6 responden (14,3%).

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,001. Karena nilai p-value < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan pola

konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia.

d. Pengaruh Media Sosial

Tabel 5.15
Hubungan Pengaruh Media Sosial dengan Pola Konsumsi
***Fast Food* Mahasiswa Kesehatan Masyarakat**
Universitas Muslim Indonesia

Pengaruh Media Sosial	Pola Konsumsi Fast Food						Total		P-value
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	0,002
Tidak Berpengaruh	12	24,5	33	67,3	4	8,2	49	100	
Pengaruh sedang	11	7,1	110	71	34	21,9	155	100	
Berpengaruh	3	6,1	32	65,3	14	28,6	49	100	
Total	26	10,3	175	69,2	52	20,6	253	100	

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.15 diperoleh informasi bahwa yang tertinggi adalah responden yang memiliki pengaruh sedang dengan pola konsumsi sedang yaitu sebanyak 110 responden (71%) dan yang terendah adalah responden yang berpengaruh dengan pola konsumsi rendah yaitu sebanyak 3 responden (6,1%).

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,002. Karena nilai p-value < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada hubungan yang bermakna antara pengaruh media sosial dengan pola konsumsi

fast food pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia.

e. Kemudahan Akses

Tabel 5.16
Hubungan Kemudahan Akses dengan Pola Konsumsi *Fast Food* Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia

Kemudahan Akses	Pola Konsumsi Fast Food						Total		P- value
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	0,001
Mudah	22	17,3	80	63	25	19,7	127	100	
Tidak mudah	4	3,2	95	75,4	27	21,4	126	100	
Total	26	10.3	175	69.2	52	20.6	253	100	

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.15 diperoleh informasi bahwa yang tertinggi adalah responden yang tidak mudah akses dengan pola konsumsi sedang yaitu sebanyak 95 responden (75,4%) dan yang terendah adalah responden yang tidak mudah akses dengan pola konsumsi rendah yaitu sebanyak 4 responden (3,2%).

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,001. Karena nilai p-value < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada hubungan yang bermakna antara kemudahan akses dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia.

C. Pembahasan

1. Pengetahuan

Pengetahuan pada penelitian ini dilihat dari pemahaman responden mengenai pengertian *fast food*, kandungan gizi *fast food*, dan dampak jangka panjang terhadap kesehatan sehingga mempengaruhi pilihan makanan yang dikonsumsi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa sudah mengetahui yang dimaksud dengan *fast food*, kandungan dan dampaknya bagi kesehatan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengetahuan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia dengan hasil analisis statistik nilai $p\text{-value} = 0,000$. Artinya bahwa terdapat perbedaan antara responden yang memiliki pengetahuan cukup dengan responden yang memiliki pengetahuan kurang dalam hal pola konsumsi *fast food*.

Menurut asumsi peneliti pengetahuan berhubungan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia karena pengetahuan menjadi salah satu faktor penting dalam pembentukan perilaku kesehatan, termasuk dalam hal pola konsumsi makanan. Mahasiswa FKM UMI yang berlatar belakang sebagai mahasiswa kesehatan tentunya sudah sering terpapar informasi mengenai gizi

dan pola makan yang baik. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dominan mahasiswa FKM UMI sudah memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap *fast food*, baik dari kandungan nutrisi dalam makanan cepat saji serta dampak yang ditimbulkan bagi kesehatan. Hal ini menjadikan sebagian mahasiswa FKM UMI lebih mampu mengontrol frekuensi *fast food* yang dikonsumsi.

Hal ini dikuatkan oleh teori (Mardiyah & Shabrina, 2023) dan penelitian (Sofiatun & Sulasyi, 2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi mempunyai hubungan yang erat dengan konsumsi *fast food*, semakin baik pengetahuan maka semakin baik dalam memilih makanan yang sehat.

Pengetahuan gizi dapat mempengaruhi individu dalam pemilihan bahan pangan, menu makanan, pola konsumsi pangan, serta pengolahan bahan pangan yang akan berpengaruh pada keadaan gizi individu itu sendiri. Menurut Sofiatun dan Sulasyi pengetahuan gizi merupakan pengetahuan tentang makanan dan zat gizi, sumber-sumber zat gizi pada makanan, makanan yang aman untuk dikonsumsi, sehingga tidak menimbulkan penyakit dan cara mengolah makanan yang baik agar zat gizi yang terkandung tidak hilang serta bagaimana hidup sehat. Tingkat pengetahuan seseorang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam pemilihan makanan yang pada akhirnya berpengaruh pada keadaan gizi yang bersangkutan.

Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah (Ranggayuni & Nuraini, 2021) juga penelitian (Ariyana & Wiwin, 2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan dengan kebiasaan konsumsi *fast food*. pengetahuan memiliki hubungan yang sangat erat terhadap konsumsi makanan cepat saji, semakin baik pengetahuan responden maka akan lebih baik dalam memilih makanan sehat, akan tetapi pola pengetahuan mahasiswa sedikit bergeser dikarenakan mahasiswa ingin mengonsumsi makanan cepat saji dengan alasan malas untuk menunggu terlalu lama sehingga makanan cepat saji lah yang menjadi pilihan mereka.

Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan hal ini terjadi setelah seseorang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu (Ranggayuni & Nuraini, 2021). Perilaku sendiri dipengaruhi beberapa faktor yang salah satunya adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam pembentukan tindakan atau perilaku individu, dengan pengetahuan seseorang dapat memiliki kesadaran sehingga akan cenderung berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya. Perilaku yang dilandasi dengan pengetahuan dan kesadaran akan bersifat lebih langgeng. Menurut teori Scartes dan Plato, orang yang berpengetahuan akan dengan sendirinya melakukan tindakan atau perilaku yang baik. Dan menurut

Aristoteles segala hal utama tidak cukup hanya diketahui namun tindakan tersebut harus dilatih dan dikerjakan, konsumsi merupakan suatu tindakan atau perilaku, sedangkan pengetahuan merupakan upaya untuk menciptakan sikap dan perilaku (Susanti & Indrawati, 2023).

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prananingrum, 2021) yang mendapatkan hasil bahwa tidak ada hubungan antara pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food*. Menurut Prananingrum, mahasiswa yang memiliki pengetahuan gizi baik namun tingkat konsumsi *fast food*-nya tinggi dikarenakan dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti faktor sosial dan media massa yang mengiklankan dan mempromosikan *fast food*. Prananingrum juga menyebutkan bahwa tidak semua responden yang memiliki pengetahuan gizi baik dapat melakukan pemilihan bahan makanan untuk dikonsumsi sehari-hari dengan baik pula termasuk dalam mengurangi konsumsi *fast food*.

Menurut peneliti pengetahuan menjadi salah satu hal yang sangat berperan penting dalam penentuan sikap dan perilaku individu. Dengan pengetahuan yang baik individu akan lebih paham terhadap apa yang baik dan buruk untuk dirinya. Sama halnya dalam pengetahuan mengenai *fast food*, dimana semakin baik pengetahuan seseorang mengenai *fast food*, kandungan gizi serta dampaknya bagi kesehatan, maka akan semakin terkontrol pula

pola konsumsinya dan begitupun sebaliknya pengetahuan yang kurang akan membuat pola konsumsi yang tidak terkontrol.

2. Pendapatan Orang Tua

Pendapatan orang tua pada penelitian ini dilihat dari jumlah pendapatan orang tua responden yang mencakup gaji kedua orang tua, usaha keluarga atau sumber pendapatan lainnya yang berpengaruh terhadap kemampuan finansial responden dalam mengonsumsi *fast food*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki orang tua berpendapatan cukup yakni $\geq$ Rp 3.434.298/bulan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pendapatan orang tua dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia dengan hasil analisis statistik nilai *p-value* = 0,396. Hal ini berarti bahwa terdapat persamaan antara responden yang memiliki pendapatan orang tua yang kurang maupun cukup dalam pola konsumsi *fast food*.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki pendapatan orang tua yang cukup dengan uang saku yang cukup sebanyak 154 responden, yang memiliki pendapatan orang tua cukup dengan uang saku yang kurang sebanyak 47 responden, yang memiliki pendapatan orang

tua kurang dengan uang saku cukup sebanyak 38 responden, dan yang memiliki pendapatan orang tua kurang dengan uang saku kurang sebanyak 14 responden.

Hal tersebut menunjukkan bahwa cukup kurangnya uang saku mahasiswa tidak mengacu pada besaran pendapatan orang tua. Pendapatan orang tua yang cukup tidak menjamin untuk dapat memberikan uang saku yang cukup. Pendapatan orang tua yang cukup namun uang saku yang diterima oleh mahasiswa tersebut kurang bisa jadi karena orang tua tersebut memiliki banyak tanggungan atau memiliki banyak anak sehingga mempengaruhi besaran uang saku yang diterima mahasiswa tersebut. Begitupun sebaliknya mahasiswa yang memiliki orang tua dengan pendapatan yang kurang namun memiliki uang saku yang cukup, dikarenakan tanggungan orang tua yang sedikit dan bisa jadi mahasiswa tersebut menerima uang dari orang lain. Oleh karena itu, semua mahasiswa berpeluang untuk mengonsumsi fast food tidak terbatas pada kelompok pendapatan orang tua tertentu saja.

Menurut asumsi peneliti pendapatan orang tua tidak berhubungan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia karena pada kelompok mahasiswa terutama yang sudah dewasa dan mandiri secara sosial, pola konsumsi makanan lebih dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti pengetahuan, pengaruh

teman sebaya, paparan informasi dari media sosial, ataupun ketersediaan dan kemudahan akses makanan di lingkungannya dibandingkan dengan faktor ekonomi keluarga. Selain itu, *fast food* saat ini tersedia dalam berbagai kisaran harga dan tidak lagi dianggap makanan mahal, sehingga membuat *fast food* dapat diakses oleh mahasiswa FKM UMI dari berbagai latar belakang ekonomi, baik dari keluarga berpendapatan kurang maupun cukup memiliki kebiasaan konsumsi *fast food* yang relatif sama.

Sejalan dengan Penelitian (Fitriyanti et al., 2024) dan (Prasetyaningsih, 2023) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara pendapatan orang tua dengan frekuensi konsumsi fast food pada mahasiswa. Menurut Fitriyanti, mahasiswa cenderung menentukan pola konsumsi sendiri tanpa tergantung pada dukungan finansial orang tua. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, seperti tingkat literasi keuangan dan gaya hidup mahasiswa mungkin lebih dominan dalam memengaruhi pola konsumsi mereka.

Penelitian lain yang selaras dengan penelitian adalah penelitian oleh (Putri Afifah et al., 2020) dan (Hateriah & Yuandari, 2025) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna secara statistik antara pendapatan orang tua dengan frekuensi konsumsi *fast food*.

Makanan cepat saji sering dikonsumsi bukan hanya karena kemampuan finansial tetapi juga gaya hidup modern, kepraktisan, atau preferensi rasa. *Fast food* sering kali dianggap sebagai makanan yang relative terjangkau oleh berbagai kelompok ekonomi. Hal tersebut membuat *fast food* mudah diakses oleh keluarga dengan penghasilan tinggi maupun rendah. Orang tua dengan penghasilan lebih rendah akan mengalokasikan sebagian kecil penghasilan mereka untuk membeli *fast food*, sementara orang tua dengan penghasilan lebih tinggi akan mengalokasikan jumlah yang lebih besar. Namun, kedua kelompok tersebut tetap bisa memiliki frekuensi konsumsi *fast food* yang sama.

Berbeda dengan penelitian oleh (Auliah et al., 2022) yang menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pendapatan orang tua dengan perilaku konsumsi *fast food* pada mahasiswa di Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala. Menurut (Auliah et al., 2022) bahwa meskipun mahasiswa umumnya memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai dampak negative konsumsi *fast food*, hal tersebut tidak selalu sejalan dengan sikap dan tindakan mereka. Mahasiswa yang berasal dari keluarga dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih sering mengonsumsi *fast food*. Hal ini disebabkan oleh akses finansial yang lebih besar, sehingga mereka memiliki uang saku yang cukup untuk membeli makanan cepat saji yang umumnya lebih mahal

dibandingkan makanan rumahan atau kantin. Selain itu, Kebiasaan makan yang telah terbentuk sejak kecil juga berperan, dimana mahasiswa yang terbiasa mengonsumsi fast food dalam lingkungan keluarga akan lebih cenderung melanjutkan pola tersebut selama masa kuliah.

3. Pengaruh Teman Sebaya

Teman sebaya merupakan bentuk hubungan sosial yang terjadi di antara mahasiswa dengan tingkat usia yang sama serta melibatkan keakraban yang besar untuk saling mempengaruhi satu sama lain. Pengaruh teman sebaya pada penelitian ini dilihat dari pengaruh ajakan yang didapatkan mahasiswa dari pergaulannya dengan teman kuliahnya sehingga berdampak pada pola konsumsi *fast food*.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengaruh teman sebaya dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia dengan hasil uji statistic nilai $p\text{-value} = 0,001$. Artinya bahwa terdapat perbedaan antara tingkat pengaruh teman sebaya kategori tidak berpengaruh, pengaruh sedang dan berpengaruh dalam hal pola konsumsi *fast food*.

Menurut asumsi peneliti pengaruh teman sebaya berhubungan dengan dengan pola konsumsi *fast food* pada

mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia karena mahasiswa FKM UMI sebagai bagian dari kelompok usia remaja akhir dan dewasa muda berada dalam fase perkembangan sosial yang kuat. Hal ini menjadikan interaksi dengan sebaya menjadi faktor dominan dalam pembentukan perilaku sehari-hari. Kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok pertemanan membuat banyak mahasiswa FKM UMI mengikuti kebiasaan dan ajakan makan dari teman-temannya, termasuk dalam memilih gerai *fast food* sebagai tempat praktis untuk makan.

Hasil ini sejalan dengan teori (Wulandari et al., 2025) yang menyatakan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh yang kuat pada pilihan gaya hidup, termasuk kebiasaan makan dan aktivitas fisik. Juga Penelitian oleh (Arisandi, 2023) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan faktor teman sebaya terhadap kebiasaan konsumsi makanan cepat saji pada siswa SMA Negeri 10 Palembang.

Remaja akan menghabiskan waktu lebih banyak untuk bersama dengan teman-temannya sehingga nantinya akan mempengaruhi perilaku remaja tersebut dalam hal kebiasaan makan dan jajan. Hal ini dikarenakan remaja akan mengikuti apa yang dikonsumsi oleh kelompok pertemanannya agar mereka bisa menjadi dekat. Teman sebaya atau kelompok pertemanan juga

membawa pengaruh terhadap kebiasaan para remaja dalam mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) ataupun minuman ringan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim & Ahmad, 2021) dan (Erdianti, 2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh teman sebaya terhadap kebiasaan makan pada mahasiswa. Hal ini dikarenakan, remaja cenderung menerima makanan dan nasehat makanan dari teman-teman atau orang lain yang mereka percaya. Kebiasaan makan pada usia ini sangat dipengaruhi oleh teman sebaya dan orang diluar keluarga, karena sebagian besar waktunya dihabiskan diluar rumah dan lingkungan keluarganya.

Mahasiswa yang memiliki teman sebaya yang gemar mengonsumsi makanan cepat saji akan lebih besar kemungkinannya untuk mengikuti kebiasaan tersebut. Aktivitas konsumsi *fast food* sering kali dilakukan secara kolektif, seperti saat berkumpul, mengerjakan tugas bersama, atau sekedar bersantai. Dalam hal ini *fast food* bukan hanya dipilih karena kemudahan akses dan rasa yang disukai, tetapi juga karena menjadi bagian dari pengalaman sosial dan interaksi kelompok. Tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan kelompok juga turut memperkuat keputusan mahasiswa untuk mengonsumsi *fast food*, meskipun mereka menyadari risiko kesehatan yang ditimbulkan.

Berbeda dengan penelitian (Dewi et al., 2021) yang mendapatkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan anatar peran teman sebaya terhadap pola konsumsi *fast food* pada remaja berdasarkan wilayah sekolah perkotaan (SMAN 2 Kuningan) dan pedesaan (SMAN 1 Kadugede) di Kabupaten Kuningan. Hal ini dikarenakan sebagian besar remaja baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan menyatakan tidak setuju bahwa mengonsumsi *fast food* karena pengaruh/ajakan teman sebaya. Hasil tersebut disebabkan rendahnya interaksi antar teman sebaya karena pengaruh teknologi di masa kini, seperti tersedianya akses komunikasi dengan teman sebaya melalui media sosial.

4. Pengaruh Media Sosial

Pengaruh media sosial pada penelitian ini dilihat dari sejauh mana promosi dan konten terkait *fast food* di *platform* media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube mempengaruhi keputusan responden untuk mengonsumsi *fast food*. Dalam penelitian ini didapatkan informasi bahwa sebagian besar responden memiliki pengaruh sedang dari media sosial dalam pola konsumsi *fast food*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengaruh media sosial dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia dengan hasil analisis statistic nilai *p-value* = 0,002. Artinya bahwa terdapat perbedaan

antara tingkat pengaruh media sosial kategori tidak berpengaruh, pengaruh sedang dan berpengaruh dalam hal pola konsumsi *fast food*.

Menurut asumsi peneliti pengaruh media sosial berhubungan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia karena media sosial saat ini menjadi salah satu sumber informasi utama dan ruang interaksi yang sangat aktif di kalangan mahasiswa FKM UMI. Berbagai konten seperti ulasan makanan yang di *review* oleh *influencer* di berbagai platform seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube dapat memengaruhi keputusan mahasiswa untuk mengonsumsi *fast food*. Visualisasi dan promosi yang menarik dari berbagai brand *fast food* melalui media sosial juga membuat mahasiswa mudah terpengaruh yang pada akhirnya akan membentuk pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Lubis, 2025) juga penelitian oleh (Nadimin et al., 2023) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara durasi penggunaan media sosial dengan pola konsumsi makanan pada mahasiswa.

Perkembangan teknologi dan wisata kuliner telah mengantarkan tingginya antusiasme pengguna media sosial untuk memunculkan berbagai akun kuliner instagram yang

mempromosikan makanan. Rekomendasi makanan yang diberikan oleh *food blogger* dapat menjadi informasi dan referensi dalam memilih makanan. Hal tersebut menimbulkan masalah dalam pemilihan makanan pada mahasiswa karena terpengaruh oleh iklan dan promosi yang ada di media sosial yang mengakibatkan mereka cenderung lebih memilih makanan cepat saji tanpa mementingkan kandungan gizi pada makanan tersebut.

Kebiasaan menggunakan media sosial berpengaruh terhadap kebiasaan mengonsumsi *fast food*. Remaja yang sering menggunakan media sosial memiliki kecenderungan mengonsumsi *fast food* yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena melalui media sosial para remaja sering terpapar dengan berbagai informasi dan iklan serta promo tentang makanan cepat saji. Selain itu, melalui media sosial akan lebih mudah mengakses dan memesan makanan termasuk *fast food*.

Penelitian ini juga selaras dengan penelitian (Zogara et al., 2022) dan (Karini et al., 2022) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi *fast food*. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar remaja sering melihat iklan/postingan tentang makanan, termasuk *fast food* dan dalam hal ini cukup mempengaruhi remaja untuk mengonsumsi *fast food*.

Pengaruh media sosial berkaitan dengan 4 hal utama, yaitu daya tarik visual, penyebaran konten, koneksi digital, dan *influencer* media sosial. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya menjalankan aktivitas sosial secara digital dengan kata lain media sosial merupakan tempat melkaukan komunikasi atau interaksi hingga dapat memberikan penggunanya informasi atau konten berupa tulisan, foto, dan video. Menurut asumsi peneliti informasi atau konten tersebut dapat berisi tentang makanan cepat saji (*fast food*), bahan makanan, atau tempat makan yang akan tersebarluaskan keseluruh pengguna media sosial hingga ke kalangan mahasiswa, dan hal tersebut dapat membuat pola makan mereka terpengaruh dengan *fast food*.

Berbeda dengan penelitian oleh (Saraswati & Lubis, 2025) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa di Kota Medan. Meskipun media sosial kerap menampilkan konten promosi makanan, termasuk *fast food* ternyata hal ini tidak cukup kuat untuk memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa secara signifikan. Salah satu penyebab dari tidak signifikannya hubungan ini adalah adanya faktor individual seperti tingkat literasi media, kesadaran gizi, serta pola pikir kritis yang dimiliki mahasiswa. Mahasiswa dengan kemampuan tersebut cenderung tidak mudah terpengaruhh oleh iklan atau konten

promosi di media sosial dan lebih mempertimbangkan pilihan makanan berdasarkan kebutuhan pribadi, ekonomi, ataupun faktor kesehatan.

5. Kemudahan Akses

Kemudahan akses dalam penelitian ini dilihat dari sejauh mana responden dapat dengan mudah mengakses gerai *fast food*, baik dalam hal jarak lokasi, ketersediaan layanan pengantaran online maupun jam operasional gerai *fast food*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada hubungan antara kemudahan akses dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia dengan hasil analisis statistic nilai *p-value* = 0,001. Artinya bahwa terdapat perbedaan antara responden yang mudah mengakses dengan responden yang tidak mudah mengakses dalam hal pola konsumsi *fast food*.

Menurut asumsi peneliti kemudahan akses berhubungan dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muslim Indonesia karena seperti yang diketahui bahwa Universitas Muslim Indonesia sebagai salah satu universitas swasta terbaik di wilayah Indonesia Timur, dimana kampus tersebut berada di ibu kota Sulawesi Selatan yaitu Kota Makassar. Hal ini menjadikan gerai-gerai *fast food* sangat mudah di akses oleh mahasiswa dikarenakan lingkungan

mahasiswa yang berada di kota besar dengan perkembangan di dunia kuliner yang sangat pesat. Kemudahan akses berupa lokasi gerai *fast food* yang dekat dengan kampus atau tempat tinggal, tersedianya layanan pengantaran online seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood, serta jam operasional yang fleksibel bahkan hingga larut malam mempermudah mahasiswa dalam mengakses makanan tersebut. Situasi ini menciptakan kenyamanan, kemudahan, dan efisiensi waktu, namun secara tidak langsung juga meningkatkan frekuensi konsumsi *fast food* pada mahasiswa.

Penelitian ini sejalan dengan (Caesarasasti, 2023) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan akses dengan kebiasaan konsumsi *fast food* pada mahasiswa dan penelitian (Romlah, 2023) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi *online food delivery* dengan status gizi lebih pada mahasiswa.

Kemudahan akses dimaknai sebagai ketersediaan sarana seperti lokasi gerai yang dekat, harga terjangkau, dan ketersediaan waktu. Semakin mudah mahasiswa menjangkau makanan cepat saji, naik secara fisik maupun ekonomi, maka konsumsi *fast food* pun semakin meningkat. Hal ini disebabkan penggunaan aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood memperbesar peluang konsumsi makanan cepat saji secara tidak sadar dan

berulang. Mahasiswa dengan akses mudah ke layanan digital cenderung memilih makanan cepat saji karena cepat, praktis, dan seringkali tersedia 24 jam.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Abdul Rajab Harahap et al., 2023) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan akses terhadap *fast food* dengan pola konsumsi pada mahasiswa dan (Azkia & Ramadhani, 2022) yang menyatakan bahwa kemudahan akses merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi minat beli mahasiswa.

Ketersediaan gerai makanan cepat saji di sekitar lingkungan kampus serta kehadiran layanan pesan antar seperti GooFood atau GrabFood turut memperkuat kecenderungan mahasiswa untuk memilih *fast food*. Bahkan ketika mahasiswa memiliki pengetahuan tentang dampak kesehatan dari konsumsi *fast food*, kemudahan akses membuat mereka tetap mengonsumsinya karena dianggap efisien secara waktu dan tenaga.

Menurut (Zhang et al., 2024) kemudahan akses digital (melalui aplikasi) memiliki dampak langsung terhadap pilihan makanan tidak sehat. Dalam penelitiannya memperkenalkan konsep *cyber food swamps*, yaitu kondisi dimana masyarakat dikelilingi oleh pilihan makanan tidak sehat melalui *platform* daring. Mendapatkan hasil bahwa peningkatan proporsi restoran *fast food*

di aplikasi pengantaran online meningkatkan probabilitas konsumsi makanan tersebut secara signifikan.

Berbeda dengan penelitian oleh (Munasiroh et al., 2020) yang menemukan bahwa tidak terdapat hubungan secara signifikan anatar kemudahan akses dengan pola konsumsi *fast food* pada mahasiswa. Meskipun gerai fast food tersebar luas dan mudah dijangkau, hal tersebut tidak selalu berdampak langsung pada frekuensi atau intensitas konsumsi mahasiswa terhadap makanan cepat saji. Artinya, kemudahan akses mendapatkan *fast food* tidak menjadi faktor utama dalam keputusan konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk perilaku makan seperti pengetahuan gizi, preferensi rasa, pengaruh keluarga, status gizi, dan dukungan sosial.