

# Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Makanan Siap Saji di Kalangan Mahasiswa

(Studi Kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya)

\*Novita Vivi Anggraini, Mohammad Balafif, Anggraeni Rahmasari  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

Email: novitavivianggraini77@gmail.com

## **Abstrak:**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, harga, dan selera terhadap pola konsumsi makanan siap saji. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu pendapatan, harga dan selera. Variabel dependennya adalah pola konsumsi. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode Sampel Jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan langsung ke mahasiswa Ekonomi Pembangunan kelas sore angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 115 kuesioner. Metode statistik menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, dengan pengujian hipotesis uji statistik F, uji statistik t dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, harga, dan selera berpengaruh signifikan positif terhadap pola konsumsi makanan siap saji. Diantara variabel pendapatan, harga dan selera, variabel yang dominan berpengaruh terhadap pola konsumsi makanan siap saji dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara adalah variabel Harga.*

*Kata Kunci : Pola Konsumsi, Pendapatan, Harga dan Selera*

## **Abstract:**

*This study aims to determine the effect of income, price, and taste on consumption patterns of fast food. This analysis uses independent variables, namely income, prices and tastes. The dependent variable is consumption pattern. The sample of this research is the students of the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Surabaya. The sampling technique was carried out by the Saturated Sample method. Data collection was carried out by questionnaires distributed directly to students of Development Economics class 2017 afternoon class of the Faculty of Economics and Business as many as 115 questionnaires. The statistical method uses Multiple Linear Regression Analysis, by testing the hypothesis of the F statistical test, the t statistic test and the Coefficient of Determination ( $R^2$ ). The results of this study indicate that income, price, and taste have a significant positive effect on consumption patterns of fast food. Among the variables of income, price and taste, the dominant variable affecting the consumption pattern of fast food among students of the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University is the variable price.*

*Keywords: Consumption Pattern, Income, Price and Taste*

## **Pendahuluan**

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi. Tanpa makanan manusia tidak dapat bertahan hidup. Tubuh manusia membutuhkan zat gizi yang hanya dapat terpenuhi dengan mengkonsumsi makanan. Pengertian dari makanan sendiri adalah bahan selain obat yang mengandung zat-zat gizi dan atau unsur-unsur / ikatan kimia yang dapat diubah menjadi zat gizi oleh tubuh yang berguna bila dimasukkan ke dalam tubuh (Sunita, 2009). Salah

satu fungsi dari makanan yaitu sebagai zat yang dibutuhkan oleh tubuh maka makanan atau pangan menjadi kebutuhan dasar manusia yang paling utama atau terdepan dalam pemenuhannya.

Pada masyarakat akhir – akhir ini terjadi transisi masyarakat yang berpengaruh pada meningkatnya daya beli, pendidikan serta kemajuan teknologi. Kondisi ini menimbulkan *sedentary lifestyle* atau gaya hidup sedentaris, meningkatnya kemudahan hidup menyebabkan penurunan aktivitas fisik yang merubah gaya hidup menjadikan lebih modern. Gaya hidup yang cenderung menyajikan dan menyediakan hal-hal praktis, ringkas dan aktual (Irianto, 2007).

Pada era globalisasi ini, makanan mudah dijumpai di berbagai tempat. Pola hidup masyarakat untuk mengonsumsi makanan cepat saji sudah menjadi kebiasaan. Makanan cepat saji yang biasanya tinggi lemak dan gula, namun rendah vitamin, serat, mineral serta mikronutrien semakin disukai. Hal ini menjadi kebiasaan karena tuntutan pekerjaan yang semakin meningkat seiring perkembangan zaman (Virgianto dan Purwaningsih, 2006).

Banyaknya faktor yang membuat para mahasiswa lebih memilih mengonsumsi *fast food* antara lain banyaknya kesibukan, lingkungan sosial dan kondisi ekonomi yang mendukung dalam hal besarnya pendapatan mahasiswa. Selain itu, penyajian *fast food* yang cepat dan praktis dan tidak membutuhkan waktu lama, rasanya enak, sesuai selera dan seringnya mengonsumsi *fast food* dapat menaikkan status sosial remaja, menaikkan gengsi dan tidak ketinggalan globalisasi (Kristianti, 2009).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Apakah Pendapatan, Harga dan Selera Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi makanan siap saji?. Apakah Pendapatan, Harga dan Selera Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi makanan siap saji?. Manakah dari variabel Pendapatan, Harga dan Selera Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara yang berpengaruh dominan terhadap pola konsumsi makanan siap saji?

## **Tinjauan Pustaka**

### **Makanan Siap Saji (*Fast Food*)**

Menurut Bertram (1975) dalam Hayati (2000), *Fast Food* didefinisikan : pertama, sebagai makanan yang di sajikan dalam waktu yang sesingkat mungkin. Kedua, merupakan makanan yang dapat dikonsumsi secara cepat.

Ketidakseimbangan zat gizi dalam tubuh dapat terjadi jika *fast food* dijadikan sebagai pola makan setiap hari. Kelebihan kalori, lemak dan natrium akan terakumulasi di dalam tubuh sehingga dapat menimbulkan berbagai penyakit salah satunya adalah obesitas, tekanan darah tinggi, dan diabetes mellitus. Namun, konsumsi pangan tersebut tidak akan merugikan jika disertai dengan menu yang seimbang, frekuensi yang rendah dan disertai dengan aktivitas fisik atau olahraga yang teratur disesuaikan dengan usia.

### **Pendapatan**

Pendapatan merupakan hasil yang berupa uang atau hasil material lain yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas (Winardi, 2011). Pendapatan adalah uang atau barang-barang riil atau jasa yang diterima dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan yang diterima masing-masing orang dari berbagai kegiatan, pendapatan tersebut merupakan nilai produksi barang atau jasa yang diciptakan dalam suatu perekonomian dalam masa waktu tertentu.

## **Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2009).

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2004).

## **Selera**

Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah pada waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya, menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut.

## **Pola Konsumsi**

Pola konsumsi merupakan susunan jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi oleh seseorang atau kelompok orang pada waktu tertentu. Pendapat lain menyatakan pola konsumsi adalah berbagai informasi yang memberikan gambaran mengenai macam dan jumlah bahan yang dimakan tiap hari oleh satu orang dan merupakan ciri khas untuk suatu kelompok (Luh Ade Anggareni, 2018).

## **Pengertian Konsumsi**

Kata konsumsi dalam Kamus Besar Ekonomi diartikan sebagai tindakan manusia baik secara langsung atau tidak langsung untuk menghabiskan atau mengurangi kegunaan (*utility*) suatu benda pada pemuasan terakhir dari kebutuhannya (Sigit dan Sujana, 2007).

Menurut Sukirno (2001) ialah : pengeluaran konsumsi bukan saja dibiayai oleh pendapatan, tetapi dari sumber-sumber lain seperti tabungan, menjual harta kekayaan atau dari pinjaman. Keadaan ini terjadi karena adanya kelebihan pengeluaran daripada pendapatan yang diperoleh, dengan demikian semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya sehari-hari.

## **Fungsi Konsumsi**

Fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan. Sedangkan fungsi tabungan menunjukkan hubungan antara tingkat tabungan dengan tingkat pendapatan (Samuelson dan Nordhaus, 2004).

## **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel independen dan variabel dependen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung dari lapangan. Sumber data yang digunakan dalam analisis penelitian ini berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

Teknik pengujian data yang digunakan meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Metode analisis yang digunakan memakai analisis regresi linier berganda. Untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai pengaruh antara ketiga variabel X terhadap Y secara simultan dan parsial, dibentuk suatu model menggunakan koefisien determinasi, uji koefisien regresi parsial dan uji koefisien regresi simultan dengan menggunakan alat bantu SPSS (Statistic Product and Service Solution) for Windows.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul terdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan nilai signifikansi 0,190. Hal ini menunjukkan bahwa  $p > 0,05$  atau  $0,190 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian terdistribusi dengan normal.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Output Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 115                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                   |
|                                  | Std. Deviation | .67664381                  |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .073                       |
|                                  | Positive       | .073                       |
|                                  | Negative       | -.065                      |
| Test Statistic                   |                | .073                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .190 <sup>c</sup>          |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang digunakan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Varian Inflation Factor (VIF), dimana nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ .

**Tabel 4.2**  
**Output Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |              | Collinearity Statistics |       |
|-------|--------------|-------------------------|-------|
|       |              | Tolerance               | VIF   |
| 1     | Pendapatn_X1 | .980                    | 1.020 |
|       | Harga_X2     | .941                    | 1.063 |
|       | Selera_X3    | .929                    | 1.076 |

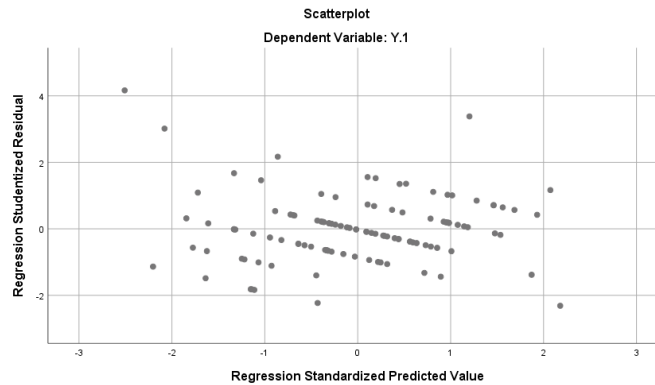
a. Dependent Variable: PolaKonsumsi\_Y

Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji terjadinya perbedaan variance dari nilai residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika terjadi gejala heteroskedastisitas akan berakibat pada sebuah keraguan (ketidak akuratan) pada suatu hasil analisis regresi yang dilakukan. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat pola gambar scatterplots hasil dari output SPSS.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Output Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Regresi Linear berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized         | t    | Sig.  |      |
|-------|-----------------------------|------------|----------------------|------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error | Coefficients<br>Beta |      |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 5.483      | .739                 |      | 7.417 | .000 |
|       | Pendapatan_X1               | .137       | .046                 | .244 | 3.007 | .003 |
|       | Harga_X2                    | .191       | .045                 | .356 | 4.277 | .000 |
|       | Selera_X3                   | .159       | .056                 | .238 | 2.853 | .005 |

a. Dependent Variable: PolaKonsumsi\_Y  
Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

Rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 5,483 + 0,137X_1 + 0,191X_2 + 0,159X_3$$

Adapun masing-masing nilai koefisien regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 5,483 dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa jika variabel pendapatan, harga, dan selera dianggap konstan atau tidak ada atau sebesar 0, maka pola konsumsi makanan siap saji sebesar 5,483
- 2)  $B_1 = 0,137$  menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap pola konsumsi makanan siap saji dan jika variabel pendapatan mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lainnya konstan maka pola konsumsi makanan siap saji akan meningkat sebesar 0,137
- 3)  $B_2 = 0,191$  menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap pola konsumsi makanan siap saji dan jika variabel harga mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lainnya konstan maka pola konsumsi makanan siap saji akan meningkat sebesar 0,191
- 4)  $B_3 = 0,159$  menunjukkan bahwa variabel selera berpengaruh positif terhadap pola konsumsi makanan siap saji dan jika variabel selera mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lainnya konstan maka pola konsumsi makanan siap saji akan meningkat sebesar 0,159

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat bebas (*degree of freedom*)  $df = (k ; n-k)$ , maka  $df = (4 ; 115-4 = 4 ; 111)$  diperoleh angka 1,98157.

**Tabel 4.5**  
**Uji T (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized         | t     | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Coefficients<br>Beta |       |      |
| 1     | (Constant)    | 5.483                       | .739       |                      | 7.417 | .000 |
|       | Pendapatan_X1 | .137                        | .046       | .244                 | 3.007 | .003 |
|       | Harga_X2      | .191                        | .045       | .356                 | 4.277 | .000 |
|       | Selera_X3     | .159                        | .056       | .238                 | 2.853 | .005 |

a. Dependent Variable: PolaKonsumsi\_Y

Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

Adapun hasil tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana yang tercantum dalam tabel 4.14 diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 3,007 dengan p value 0,003 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh signifikan variabel pendapatan terhadap variabel pola konsumsi makanan siap saji.

2. Harga

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana yang tercantum dalam tabel 4.14 diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 4,277 dengan p value 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh signifikan variabel harga terhadap variabel pola konsumsi makanan siap saji.

3. Selera

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana yang tercantum dalam tabel 4.14 diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,853 dengan p value 0,005 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh signifikan variabel pendapatan terhadap variabel pola konsumsi makanan siap saji.

**Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (pendapatan, harga, dan selera) secara bersama-sama terhadap pola konsumsi makanan siap saji.

**Tabel 4.6**  
**Uji F (Simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 66.730         | 3   | 22.243      | 14.952 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 165.131        | 111 | 1.488       |        |                   |
|       | Total      | 231.861        | 114 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: PolaKonsumsi\_Y

b. Predictors: (Constant), Selera\_X3, Pendapatan\_X1, Harga\_X2

Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

Pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai Ftabel dengan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 111$ , maka diperoleh Ftabel = 2,69. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh hasil untuk Fhitung adalah sebesar 14,952 dengan nilai probabilitas ( $sig$ ) = 0,000. Sehingga diketahui bahwa Fhitung ( $14,952$ ) > Ftabel ( $2,69$ ) dan nilai  $sig$  lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,000 < 0,05$ . Sesuai dengan kriteria pengujian maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri dari pendapatan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), selera ( $X_3$ ), berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pola konsumsi.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai  $R$  square dikatakan baik juga diatas 0,5 yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.15**  
**Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .834 <sup>a</sup> | .695     | .687              | .686                       |

a. Predictors: (Constant),  $X_3$ ,  $X_1$ ,  $X_2$

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah peneliti tahun 2021

Berdasarkan tabel tabel 4.15 diatas bahwa output SPSS besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,695. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (Pendapatan, Harga, dan Selera) secara keseluruhan memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 69,5% terhadap variabel terikatnya (Pola Konsumsi) sedangkan sisanya ( $100\% - 69,5\% = 30,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada tabel 4.15 diatas terlihat bahwa angka koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,695 atau 69,5% . Hal ini menunjukkan pengaruh variabel pendapatan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan selera ( $X_3$ ) adalah kuat karena berada di interval korelasi antara 0,60–0,799.

### Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang dominan mempengaruhi variabel dependen adalah dengan cara melihat ranking koefisien regresi yang distandartkan ( $\beta$ ) atau *standardized of coefficient beta* dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien ( $\beta$ ) beta terbesar merupakan variabel independen ( $X$ ) yang dominan berpengaruh terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Tabel berikut untuk mengetahui variabel mana yang dominan diantara variabel independen (pendapatan, harga dan selera) terhadap variabel dependen (pola konsumsi).

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Pendapatan, Harga, dan Selera terhadap Pola Konsumsi makanan siap saji. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika variabel Pendapatan, Harga, dan Selera ditingkatkan secara bersama-sama maka Pola Konsumsi akan meningkat. Terdapat pengaruh secara parsial Pendapatan terhadap Pola Konsumsi. Dapat



disimpulkan bahwa semakin tinggi Pendapatan maka semakin tinggi pula Pola Konsumsi dan sebaliknya semakin rendah Pola Konsumsi maka semakin rendah Pola Konsumsi. Terdapat pengaruh secara parsial Harga terhadap Pola Konsumsi. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Harga maka semakin tinggi pula Pola Konsumsi dan sebaliknya semakin rendah Harga maka semakin rendah Pola Konsumsi. Terdapat pengaruh secara parsial Selera terhadap Pola Konsumsi. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Selera maka semakin tinggi pula Pola Konsumsi dan sebaliknya semakin rendah Selera maka semakin rendah Pola Konsumsi. Diantara ketiga variabel yaitu Pendapatan, Harga, dan Selera yang dominan memengaruhi Pola Konsumsi adalah variabel Harga dengan besarnya pengaruh 0,356 terhadap Pola Konsumsi.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam hal pola konsumsi maka saran yang dapat diberikan yaitu, mahasiswa harus bisa lebih bijaksana dalam mengelola dan menggunakan pendapatan yang dimilikinya supaya kebutuhan lainnya juga terpenuhi.
2. Tidak mudah terpengaruh oleh *mode*, diskon dan segala bentuk promosi makanan siap saji yang sebenarnya tidak menjadi keinginan untuk dibeli yang hanya akan membawa pada perilaku konsumtif.
3. Bagi peneliti lain yang ingin mengkaji permasalahan yang sama, agar mengembangkan lagi menggunakan variabel lain dan menggunakan pendekatan teori yang lain.

### **Daftar Pustaka**

- Almatsier, Sunita. 2009. Prinsip Dasar Ilmu Gizi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irianto. (2007). Panduan gizi lengkap keluarga dan olahragawan. Yogyakarta: Gramedia.
- Virgianto, G., dan Purwaningsih, E.2006. Konsumsi Fast Food sebagai Faktor Risiko Terjadinya Obesitas pada Remaja. [http://www. m3undip.org/](http://www.m3undip.org/) di akses tanggal 29 november 2010.
- Kristianti. (2009). *Hubungan pengetahuan gizi dan frekuensi konsumsi fast food dengan status gizi mahasiswa fakultas ilmu keperawatan universitas muhammadiyah surakarta*. Diperoleh tanggal 20 oktober 2014 dari <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/2064/5.pdf?sequence=1>.
- Sigit Winarno dan Sujana Ismaya. (2007). *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung : Pustaka Grafika.
- Sukirno. 2001. *Pengantar Makro Ekonomi : Edisi II*. Jakarta: Grafindo Persada
- Samuelson, Paul A. & William D. Nordhaus. (2004). Edisi Tujuh Belas. *Ilmu Makro-ekonomi*. Edisi Tujuh Belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hasnira. (2017). *Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat wahdah islamiyah makassar*.
- Hayati, F. 2000. *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Fast Food Waralaba Modern dan Tradisional Pada Remaja Siswa SMU Negeri Di Jakarta Selatan*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Winardi. 2011. *Kepemimpinan dalam Manajemen*, PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bramastuti, Novia. 2009. *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga

