

Intensi remaja dalam mengonsumsi susu di kafe susu Sleman Yogyakarta

Intention of teenager in consuming milk at milk cafe of Sleman Yogyakarta

Hilma Farhani¹, Susetyowaty², Atik Triratnawati³

Abstract

Purpose: This study aimed to explore the intentions of adolescents who come into the cafe milk in Sleman. **Methods:** This study used a qualitative method with an exploratory and phenomenological design, with purposive sampling by considering the prescribed criteria. Informants of this study were thirteen informants. They consisted of nine adolescents, one manager of the cafe, two employees cafe and one academic nutritionist. Data collection was done from March-May 2015 by observation and interviews. **Results:** Results showed that intention of adolescents who come to the cafe were for refreshments, using the facilities such as wifi (coursework), and for an organization's activities (meetings). Adolescent attitudes were positive and support the cafe milk and milk consumption behavior. Subjective norms included among others that adolescents wanted to socialize, to be recognized, to share information and build closer relationships with their friends. **Conclusion:** The health aspect is not the main intention of adolescents to come to the cafe milk. Adolescents come to the cafe milk with different intentions. Adolescents consume the milk in milk cafe because it has many benefits. However, the health benefits were only the last intention. The consumer intention was influenced by the positive attitudes of adolescents towards the cafe milk which includes media promotion of health and the subjective norm of adolescents toward the consumption of milk in the milk cafe.

Keywords: intention; adolescents; milk consumption; milk cafe

Dikirim: 18 November 2015
Diterbitkan: 1 Februari 2017

¹ Departemen Perilaku Kesehatan, Lingkungan dan Kedokteran Sosial, Fakultas Kedokteran, Universitas Gadjah Mada (Email: hilmafarhani15@gmail.com)

² Departemen Gizi Kesehatan, Fakultas Kedokteran, Universitas Gadjah Mada

³ Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada

PENDAHULUAN

Susu merupakan minuman bergizi tinggi karena mengandung mineral dan protein yang tinggi. Susu diperlukan untuk pertumbuhan dan daya tahan tubuh anak sekolah. Susu perlu dikonsumsi secara teratur demi peningkatan kualitas gizi masyarakat, terutama remaja. Data *United Nation Foods and Agriculture Organization* (FAO) menyatakan bahwa kekurangan gizi di dunia mencapai 1,02 miliar orang, kira-kira 15% populasi dunia dan sebagian besar berasal dari negara berkembang. Data FAO tahun 2013 mengungkapkan, dua negara dengan konsumsi susu paling tinggi adalah Finlandia sebanyak 361,19 kg/kapita/tahun dan Swedia sebanyak 355,86 kg/kapita/tahun (1).

Zat besi dan kalsium merupakan mineral penting bagi tubuh, karena kandungan kedua zat gizi ini merupakan komponen utama untuk pembentuk tulang dan otot. Kalsium merupakan mineral terbanyak dalam tubuh, 99% dari kalsium akan meresap dalam tulang dan gigi. Asupan kalsium yang dianjurkan berkisar 800-1200 mg. Sumber utama kalsium adalah susu dan olahannya (2). Konsumsi susu di Indonesia masih sangat rendah, tingkat konsumsi pangan berkualitas tinggi menurun sejak masa krisis ekonomi, termasuk susu (3).

Data SUSENAS menunjukkan, konsumsi susu di Indonesia masih tergolong rendah, dari tahun 2007 hingga 2011 dalam kategori konsumsi susu seminggu, yang paling banyak dikonsumsi adalah keju dengan rata-rata pertumbuhan 12,5%, kemudian susu cair pabrik dengan rata-rata pertumbuhan 7,67%, susu kental manis -23,76%, dan susu bubuk 4,49%. Sementara, konsumsi susu murni sangat rendah, bahkan tidak ada pertumbuhan sama sekali (0,00%). Begitu juga dengan konsumsi susu setahun (4).

Kesadaran masyarakat akan kebutuhan konsumsi susu memang sangat rendah. Seseorang yang mengonsumsi susu dalam jumlah rendah pada masa anak-anak dan remaja berisiko memiliki kepadatan tulang rendah dan terkena osteoporosis ketika saat dewasa. Konsumsi susu juga masih tergolong rendah di Yogyakarta. Kepala Bidang Pengolahan Pemasaran Hasil Pertanian (PPHP), Dinas Pertanian Yogyakarta mengatakan bahwa konsumsi susu di Yogyakarta hanya 10,7 liter/kapita/hari. Masyarakat masih menganggap susu sebagai barang mewah dan tidak terjangkau, sehingga konsumsi susu masih rendah. Berdasarkan data, konsumsi susu untuk masyarakat Yogyakarta tahun 2013 adalah 7,1 gram/kapita/hari dan diproyeksikan meningkat menjadi 12,3 gram/kapita/hari (5). Kontras dengan maraknya bisnis komoditas susu, yaitu kafe

susu. Kafe susu menjadi wisata kuliner di Yogyakarta yang digemari masyarakat bukan hanya karena menu yang disajikan, tetapi juga tempat yang cenderung nyaman untuk bersantai.

Kabupaten Sleman adalah salah satu daerah dengan banyak kafe susu. Pengunjung kafe susu didominasi remaja yang masih sekolah dan kuliah. Kafe susu ini berlokasi strategis dekat kampus dan sekolah. Kehadir-

an kafe susu berhasil menarik perhatian dan minat masyarakat khususnya remaja untuk mengonsumsi susu. Kafe susu sedang marak bagus untuk dijadikan salah satu sarana promosi kesehatan agar masyarakat tertarik untuk minum susu.

Menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA), tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat (intensi) seseorang untuk bertindak. Faktor yang memengaruhi niat adalah sikap pada suatu tindakan, dan norma subjektif menyangkut persepsi seseorang, serta peran orang lain yang dianggap penting akan memengaruhi sebuah perilaku (6). Penelitian lain menunjukkan bahwa niat seseorang dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif (7). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui intensi remaja mengonsumsi susu di kafe susu.

METODE

Penelitian ini merupakan studi fenomenologi yang dilakukan untuk mendeskripsikan pandangan dan pengalaman orang lain (8). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Informan penelitian berjumlah 13 orang dengan terdiri atas 9 orang remaja, 1 orang pengelola kafe, 2 orang karyawan kafe dan 1 orang akademisi bidang gizi. Pengumpulan data dilakukan hingga mencapai titik jenuh atau saturasi. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret-Mei 2015 dengan cara observasi dan wawancara.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja mengetahui perilaku konsumsi susu dan manfaat susu walaupun tidak secara mendalam. Remaja mengetahui dan menyadari bahwa susu baik untuk kesehatan karena kandungan gizi yang diperlukan tubuh. Namun, remaja mengatakan bahwa perilaku minum susu belum menjadi kebiasaan sehari-hari, dalam arti belum mengonsumsi susu secara teratur.

“Ini menurut saya ya mbak. Perilaku minum susu merupakan sebuah kebiasaan baik yang dapat menyehatkan masyarakat, kalau saya tidak salah dulu pemerintah sempat mencanangkan semboyan 4 sehat 5 sempurna, yang artinya walaupun kita telah mengonsumsi makanan yang lengkap seperti nasi, lauk, sayur dan buah, belum dikatakan lengkap tanpa mengonsumsi susu. Manfaatnya, karena susu mengandung banyak kalsium yang membuat tulang dan gigi kuat serta dapat membuat tubuh gemuk” (AA, Mahasiswa, 19 tahun)

Niatan utama yang dianggap penting oleh remaja adalah mencari kesenangan (memanfaatkan *wifi*, dan *refreshing*), berkumpul dengan teman, mengerjakan tugas, rapat maupun hanya sekedar ajang untuk berbincang dan melepas penat.

“Kalau alasan ke kafe susu karena bersama teman-teman, bersenang-senang, untuk berkumpul dan refreshing. Terkadang juga karena sedang ingin minum susu, tapi seringnya karena kita ingin kumpul saja dulu, atau ada yang kita kerjakan. Kalau disini pasti sekaligus minum susu..” (MF, 19 tahun, Mahasiswa)

“Wifi pasti menjadi salah satu alasan saya ke sini, banyak membantu mahasiswa khususnya.. jadi tidak perlu ke warnet. Kumpul di sini aja oke, cari bahan tugas online pokoknya..” (MF, 19 tahun, mahasiswa)

“Kita suka rapat mbak, atau cari-cari ide untuk kegiatan organisasi, terkadang di kampus juga, tapi terkadang kita perlu juga cari tempat yang santai supaya tidak bosan dan monoton” (AA, 20 tahun, mahasiswa)

Remaja setuju dan memiliki sikap positif terhadap kafe susu yang kini sedang menjadi tren sekaligus salah satu tempat wisata kuliner pilihan remaja. Remaja menilai bahwa kafe susu dapat membantu mengubah *image* susu dan dijadikan sebagai tempat tongkrongan yang sehat. Selain itu, remaja juga menilai bahwa kafe susu dapat dijadikan sebagai sarana promosi kesehatan tentang perilaku minum susu, sehingga pencinta susu semakin banyak.

“..Kafe susu saya pikir bagus mbak, jadi masyarakat dapat memilih tempat tongkrongan yang lebih sehat, terutama anak muda sehingga sedikit demi sedikit, kafe-kafe junk food dapat ditinggalkan karena kurang menyehatkan. Selain itu dapat mengubah image susu, karena dulu anak yang suka mengonsumsi susu di usia sekolah cenderung dibilang anak manja.” (AA- 20 tahun – Mahasiswa)

“Lebih baik ada kafe susu, karena pencinta susu akan lebih banyak” (NU, 19 tahun, Mahasiswi)

Sikap remaja positif terhadap konsumsi susu di kafe susu. Remaja gemar datang ke kafe susu dan mengaku memilih beraktivitas di kafe susu sambil mengonsumsi susu itu menyenangkan dan merasa mendapat banyak manfaat.

“Menurut saya, mengonsumsi susu di kafe susu menyenangkan, tidak hanya senang, tapi juga sehat. Sepertinya dengan kafe ini banyak yang jadi ingin minum susu.. teman saya banyak yang begitu mbak, tidak suka susu, tapi kalau ke sini pasti pesan susu juga.. Itu saja sudah bagus kan..” (MF, 19 tahun, mahasiswa)

Walaupun harus mengeluarkan biaya, demi menjaga hubungan pertemanan, remaja akan bergabung ke kafe susu. Biaya yang dikeluarkan untuk mengonsumsi susu adalah biaya sendiri karena harga di kafe susu masih terjangkau, kecuali pada acara tertentu seperti ulang tahun, biasanya remaja mendapat traktiran dari teman.

“Masih terjangkau biayanya di sini [kafe susu], apalagi untuk mahasiswa, menurut saya masih terjangkau. Hanya saja kalau untuk setiap hari tidak mungkin juga..” (RN, 19 tahun, mahasiswi)

“Kita bayar masing-masing mbak, namanya masih sama-sama kuliah mbak, kecuali ada yang ulang tahun mbak, biasa ada yang traktir, itupun sekali-sekali, lebih sering ya kita bayar sendiri” (NU, 19 tahun, Mahasiswi)

BAHASAN

Pengetahuan remaja. Tingkat pengetahuan gizi seseorang memengaruhi sikap dan perilaku memilih makanan, termasuk pengetahuan mengonsumsi susu. Pengetahuan mengenai kalsium yang cukup baik dapat berperan sebagai faktor pendukung dan penguat yang penting untuk meningkatkan asupan kalsium pada remaja (9,10).

Intensi remaja datang ke kafe susu. Berdasarkan hasil penelitian, alasan kesehatan terkalahkan dengan niat lainnya yang dianggap lebih penting dan lebih dekat dengan kehidupan remaja. Hal ini karena minum susu memang belum menjadi budaya di masyarakat Indonesia, sehingga belum menjadi kebiasaan bagi remaja. Salah satu alasan konsumsi susu di Indonesia masih rendah adalah perilaku minum susu belum menjadi budaya yang khas di Indonesia (11).

Hal ini sebenarnya tak jauh berbeda dengan motivasi remaja untuk datang ke tempat makan lainnya. Hasil penelitian Jackson, *et al.*, motivasi atau niat remaja untuk datang ke restoran siap saji adalah untuk kesenangan, ajakan teman, bergaul dan meniru orang lain (12). Penelitian lain mendapatkan hasil bahwa *foodcourt* menjadi tempat remaja untuk mengerjakan tugas kuliah dan berdiskusi menyelesaikan tugas kuliah (13).

Remaja mengemukakan bahwa mereka datang ke kafe susu, dengan niat untuk hal lain seperti berbincang dan *refreshing* bersama teman, melakukan tugas perkuliahan atau organisasi. Ajang gengsi juga menjadi tren masa kini pada remaja. Adanya media sosial yang makin banyak sebagai tempat untuk melakukan *upload* foto membuat pilihan tempat makan menjadi hal yang diperhatikan. Tujuan seseorang untuk makan tidak menimbang rasa lapar saja, tetapi lebih menimbang kepuasan atau kesenangan seseorang demi menjaga gengsi. Hanya saja untuk kafe susu, remaja juga merasa bahwa ada keuntungan lain yang didapat yaitu kesehatan sehingga tubuh semakin bugar atau bertambah gemuk (14).

Sikap terhadap keberadaan kafe susu konsumsi susu di kafe susu. Hal yang diperoleh remaja dalam mengonsumsi susu di kafe susu adalah memberikan kesan dan membentuk sikap positif remaja, sehingga remaja akan mengulang kebiasaan untuk kembali beraktivitas di kafe susu. Sikap positif terhadap produk tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian ulang pada produk tersebut, begitu juga sebaliknya, sikap negatif akan menghalangi konsumen kembali membeli (15). Dunn, *et al.* menunjukkan bahwa sikap merupakan faktor yang memengaruhi remaja dalam mengonsumsi *fastfood*, demikian juga dengan konsumsi susu (16).

Harga susu dan makanan/*snack* di kafe susu masih terjangkau sehingga remaja tidak merasa keberatan jika harus melakukan aktivitas sekaligus mengonsumsi susu di kafe susu. Penelitian oleh Matsaini di kedai susu mendapatkan hasil bahwa harga yang ditawarkan di kedai susu sangat terjangkau sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian (17).

Penyajian berbeda yang disediakan kafe susu membuat remaja tertarik dan senang karena dapat memilih susu sesuai keinginan. Remaja umumnya memilih susu dengan rasa yang berbeda seperti coklat, vanilla, dan lain-lain. Begitu pula dengan penyajian, kafe susu memberikan pilihan penyajian susu dingin dan hangat. Remaja cenderung memilih susu dengan sajian dingin.

Kafe susu dianggap memberikan fasilitas layanan yang baik. Karyawan memberikan layanan terbaik

kepada remaja dengan bersikap ramah dan sopan. Salah satu penelitian yang dilakukan Arief, dkk., di sebuah restoran menyatakan bahwa banyak faktor pendukung yang berasal dari restoran yang membuat pengunjung tertarik, seperti suasana nyaman dan layanan yang ramah (18).

Norma subjektif konsumsi susu di kafe susu. Norma subjektif merupakan kepercayaan seseorang terhadap harapan orang sekitar yang berpengaruh pada perorangan ataupun kelompok untuk menampilkan perilaku tertentu atau tidak (19). Begitu pun dengan perilaku konsumsi susu, terdapat hal yang dilakukan remaja agar perilaku yang dilakukan bernilai bagi orang lain, pada fase ini, umumnya orang yang berada di sekitar remaja adalah teman-teman sepermainan. Konsumsi susu yang dilakukan di kafe susu merupakan salah satu cara bersosialisasi dengan teman-teman, berdiskusi bersama dan melakukan aktivitas organisasi, sehingga keberadaan mereka tetap diakui. Demikian halnya dalam mengonsumsi susu, orang di sekeliling remaja melakukan persuasi agar mereka beraktivitas di kafe susu. Seiring bertambah usia seseorang, pengaruh teman akan lebih besar daripada pengaruh orang tua terhadap pemilihan makanan. Remaja cenderung menghabiskan waktu bersama teman-teman. Norma subjektif dalam kelompok teman sebaya terutama kalangan remaja berhubungan dengan niat remaja dalam pemilihan makanan, baik makanan sehat maupun tidak. Bahkan norma subjektif pada kelompok remaja lebih berpengaruh besar dalam perilaku makan remaja di bandingkan dengan orangtua (20).

Aspek promosi kesehatan. Kafe susu menjadi salah satu sarana promosi dan kampanye kesehatan yang berkaitan dengan minum susu. Hal ini dapat terlihat dari besar jumlah pengunjung yang datang khususnya kalangan remaja ke kafe susu. Secara tidak langsung, kafe susu memberikan dampak positif bagi remaja agar mau mengonsumsi susu. Sembari melakukan aktivitas lain, remaja juga mendapatkan manfaat kesehatan dari mengonsumsi susu.

Suatu hal yang baik jika remaja mengonsumsi makanan/minuman bergizi, karena berpengaruh pada kesehatan remaja jika dikonsumsi sesuai kebutuhan. Kafe susu dapat menjadi sarana promosi kesehatan dalam membiasakan konsumsi susu dan minuman sehat. Kafe susu berperan sebagai fasilitator upaya promosi kesehatan dengan ketersediaan fasilitas, sarana dan layanan yang dimiliki, karena fasilitas merupakan salah satu sumber daya yang penting dalam upaya promosi kesehatan (21).

Desain kafe susu yang menarik juga dapat dilengkapi dengan berbagai media seperti poster dan *leaflet* yang berisi pesan kesehatan tentang manfaat susu. Promosi kesehatan dapat dilakukan dengan berbagai hal, salah satunya adalah menggunakan media masa (22).

Strategi global WHO (dalam Maulana), untuk promosi kesehatan adalah advokasi, yaitu upaya untuk memengaruhi pengambil kebijakan agar memberikan kemudahan dan dukungan program kesehatan; bina suasana yaitu upaya menciptakan suasana yang kondusif dan menunjang program masyarakat, sehingga masyarakat mau berpartisipasi dan gerakan pemberdayaan yaitu upaya meningkatkan kemampuan masyarakat dengan potensi yang dimiliki untuk program kesehatan (23).

Strategi yang tepat dalam hal ini adalah melakukan advokasi, baik kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman dan pengelola kafe. Kepada Dinas kesehatan dilakukan advokasi agar merencanakan dan membuat program khusus berkaitan dengan konsumsi susu dan melakukan kerja sama (bermitra) dengan pihak swasta terkait yaitu kafe susu. Hal ini akan mempermudah kinerja pemerintah karena secara tidak langsung kafe susu memiliki daya tarik bagi masyarakat khususnya remaja, dan anak-anak untuk mau mengonsumsi susu.

Begitu juga dengan pihak pengelola kafe susu, perlu dilakukan advokasi agar bersedia mendukung program pemerintah dan bermitra dengan pemerintah dalam promosi program minum susu. Hal ini akan makin mudah, karena pada dasarnya salah satu visi kafe susu adalah peningkatan aspek kesehatan. Kemitraan pihak swasta dan pemerintah perlu dijalin dengan baik. Membangun jaringan dan melibatkan sponsor atau agensi terkait program perlu dilakukan (24).

SIMPULAN

Kesehatan bukan intensi utama remaja datang ke kafe susu. Intensi remaja datang ke kafe susu adalah untuk *refreshing*, memanfaatkan fasilitas yang ada terutama *wifi* dan melakukan kegiatan rapat organisasi. Peningkatan kesehatan hanya manfaat sampingan yang diperoleh.

Sikap remaja terhadap kafe susu dan mengonsumsi susu di kafe susu menunjukkan sikap yang positif dan mendukung. Remaja mendukung adanya kafe susu karena dinilai dapat mengubah *image* susu menjadi lebih menarik dan sebagai tempat tongkrongan yang sehat. Selain itu, kafe susu dianggap dapat menjadi sarana promosi kesehatan untuk membiasakan perilaku mengonsumsi susu. Norma subjektif datang

ke kafe susu adalah meningkatkan sosialisasi dengan teman-teman pergaulan, berbagi informasi dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan teman kelompoknya.

Remaja diharapkan dapat menjadikan perilaku mengonsumsi susu sebagai kebiasaan sehari-hari dan menularkan kebiasaan minum susu kepada orang terdekat yang masih enggan mengonsumsi susu. Dinas Kesehatan Sleman disarankan membuat program promosi kesehatan dengan menggandeng pihak swasta seperti pengelola kafe susu, secara bersinergi melakukan promosi dan kampanye perilaku konsumsi minum susu agar menjadi budaya sehat di masyarakat.

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan menggali intensi yang melatarbelakangi remaja datang ke kafe susu di Kabupaten Sleman. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan rancangan eksplorasi dan pendekatan fenomenologi, teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Informan penelitian berjumlah 13 orang dengan rincian 9 orang remaja, 1 orang pengelola kafe, 2 orang karyawan kafe dan 1 orang akademisi bidang gizi. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret-Mei 2015 dengan cara observasi dan wawancara. **Hasil:** Intensi remaja datang ke kafe susu adalah untuk *refreshing*, memanfaatkan fasilitas *wifi* dan kegiatan organisasi. Sikap remaja positif dan mendukung adanya kafe susu dan perilaku mengonsumsi susu. Norma subjektif remaja adalah ingin bersosialisasi, ingin diakui, berbagi informasi dan membangun hubungan yang lebih erat dengan teman kelompoknya. **Simpulan:** Aspek kesehatan bukan intensi utama remaja datang ke kafe susu. Remaja datang ke kafe susu dengan intensi yang berbeda. Remaja mengonsumsi susu di kafe susu karena merasa banyak manfaat yang didapatkan. Manfaat kesehatan hanya menjadi tujuan akhir. Intensi remaja dipengaruhi oleh sikap remaja yang positif terhadap kafe susu yang dianggap dapat menjadi media promosi kesehatan dan norma subjektif remaja terhadap konsumsi susu di kafe susu.

Kata kunci: intensi; remaja; konsumsi susu; kafe susu

PUSTAKA

1. Hangguman, W., *Finlandia Peminum Susu Paling Tinggi di Dunia*. 2014. Hal. 1–2. Available at: <http://www.jitunews.com> [Accessed July 5, 2014]
2. Roth RA. Nutrition & diet therapy. Cengage Learning; 2013 Feb 28.
3. Ariani M. Konsumsi Pangan Masyarakat Indonesia Analisis Data SUSENAS 1999-2005. Gizi Indonesia. 2007;30(1). Available at: ejournal.persagi.org [Accessed September 14, 2015]
4. Kementerian Pertanian. *Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2012*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2012.
5. DIY, P., Tingkat Konsumsi Susu Harus digalakkan Lagi. 2014. Hal. 2–3. Available at: <http://portal.jogjaprovo.go.id/>. [Accessed August 20, 2014]
6. Fishbein M, Ajzen I. Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. 1975.
7. Triastity, R. & Saputro, S.D.,. Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Mahasiswa sebagai Konsumen Potesial Produk Pasta Gigi Pepsodent. *GEMA*, 2013. Hal.1210–1213. Available at: download.portalgaruda.org. [Accessed September 13, 2015]
8. Utarini, A.,. Modul Mata Kuliah: Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada. 2012.
9. Soetardjo S, Soekatri M, Almatsier S. Gizi seimbang dalam daur kehidupan. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2011.
10. Syafiq A. Fikawati S. Pola konsumsi kalsium remaja di Kota Bogor tahun 2003. *Media Gizi dan Keluarga*. 2004.
11. Anggraini, Y.D.,. Konsumsi Susu dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya Pada Balita Di Wilayah Kelurahan Pekayon Kecamatan Pasar Rebo Jakarta Timur Tahun 2012. FKM UI. 2012. Available at: <http://lib.ui.ac.id/>. [Accessed August 24, 2014]
12. Jackson B, Cooper ML, Mintz L, Albino A. Motivations to eat: Scale development and validation. *Journal of Research in Personality*. 2003 Aug 1;37(4):297-318.
13. Mufidah NL. Pola konsumsi masyarakat perkotaan: studi deskriptif pemanfaatan foodcourt oleh keluarga. *Jurnal Biokultur*. 2012;2:157-78.
14. Anderson EN. Everyone eats: understanding food and culture. NYU Press; 2014 Feb 7.
15. Sutisna O. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, cetakan I Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2001.
16. Dunn KI, Mohr P, Wilson CJ, Wittert GA. Determinants of fast-food consumption. An application of the theory of planned behaviour. *Appetite*. 2011 Oct 1;57(2):349-57.
17. Matsaini. Analisis Perilaku Konsumen. Tesis, Madura: Universitas Trunojoyo Madura. 2012. [Accessed October 19, 2015]
18. Arief E, Aminuddin S, Djunaedi D. Konsumsi Fast Food Remaja di Restoran Fast Food, Makassar Town Squere. *Media Gizi Masyarakat Indonesia*. 2011;1(1):41-5.
19. Triastity R, Sumarno DS. Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Niat Beli Mahasiswa sebagai Konsumen Potesial Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Majalah Ilmiah Gema*. 2013;25(46).
20. Stok FM, de Vet E, de Wit JB, Luszczynska A, Safron M, de Ridder DT. The proof is in the eating: subjective peer norms are associated with adolescents' eating behaviour. *Public health nutrition*. 2015 Apr;18(6):1044-51.
21. Keleher H, Murphy B, MacDougall C, editors. Understanding health promotion. Oxford University Press; 2007.
22. Dignan MB, Carr PA. Program planning for health education and promotion. Lea & Febiger; 1992.
23. Maulana, H.D., 2009. *Promosi Kesehatan* (Edisi 1), Jakarta: Buku Kedokteran EGC. Available at: <http://books.google.co.id/books>. [Accessed October 3, 2015]
24. Bartholomew, LK., Parcel, GS., Kok, G., Gottlieb, NH. 2006. *Planning Health Promotion Programs*. USA: Jossey-Bass.