

Hubungan Tingkat Pengetahuan Terkait Label Gizi Terhadap Sikap Konsumsi Produk Minuman Kemasan Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Pasundan Bandung

Shafiah Dhanisa Minati, Arindah Nur Sartika

Program Studi S1 Gizi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Keluarga

Program Studi S1 Gizi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Keluarga

e-mail: shafiahdhanisa@gmail.com

Abstract

Adult is a crucial period at the developmental stage. Adults already feel able to live independently. Such psychological developments, easily affected by the environment, want to try new things, want to be recognized in groups. This psychological development can influence adult attitudes in the selection of consumption. Data on soft drink consumption in Indonesia has increased by 29.70% from 2016 to 2020 (Central Statistics Agency, 2020). The purpose of this study is to analyze the Relationship of Knowledge Level Related to Nutritional Labels to consumption attitudes of packaged beverage products for students of the Urban and Regional Planning Study Program, Pasundan University Bandung. The research method used is quantitative with a cross sectional design. The research sample was students of Pasundan University Bandung using consecutive sampling techniques. Data were collected using a questionnaire of balanced nutritional knowledge and consumption attitudes of packaged beverages. The results of the study from the results of bivariate analysis using the fisher exact test showed that the p-value = 0.04. The conclusion is that there is a significant relationship between knowledge related to nutritional labels and the attitude of consumption of packaged drinks in students of Pasundan University Bandung.

Keywords : Knowledge, Nutritional Labels, Consumption Attitudes, Beverages

Abstrak

Dewasa awal merupakan masa genting pada tahap perkembangan. Orang dewasa sudah merasa mampu untuk hidup mandiri. Perkembangan psikologis seperti, mudah terpengaruh oleh lingkungan, ingin mencoba hal baru, ingin diakui dalam kelompok. Perkembangan psikologis ini dapat mempengaruhi sikap dewasa dalam pemilihan konsumsi. Data konsumsi minuman ringan di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 29,70% dari tahun 2016 sampai dengan 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis Hubungan Tingkat Pengetahuan Terkait Label Gizi Terhadap Sikap Konsumsi Produk Minuman Kemasan Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Pasundan Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain cross sectional. Sampel penelitian adalah mahasiswa Universitas Pasundan Bandung dengan menggunakan teknik consecutive sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner pengetahuan gizi seimbang dan sikap konsumsi minuman kemasan. Hasil penelitian dari hasil analisis bivariat menggunakan uji fisher exact menunjukkan bahwa nilai p-value = 0,04. Kesimpulannya yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan terkait label gizi terhadap sikap konsumsi minuman kemasan pada mahasiswa Universitas Pasundan Bandung.

Kata kunci : Pengetahuan, Label Gizi, Sikap Konsumsi, Minuman Kemasan

1. PENDAHULUAN

Dewasa awal merupakan masa genting pada tahap perkembangan. Orang dewasa sudah merasa mampu untuk hidup mandiri. Perkembangan psikologis seperti, mudah terpengaruh oleh lingkungan, ingin mencoba hal baru, ingin diakui dalam kelompok. (Sartika, Nikmawati and Penelitian, 2017). Perkembangan psikologis ini yang mempengaruhi dewasa dalam pemilihan konsumsi. Pemilihan konsumsi pada dewasa perlu dijadikan perhatian karena dapat mempengaruhi masalah gizi (Asgha, 2017).

Masalah gizi yang sering dijumpai di Indonesia yang dialami oleh dewasa yang biasa mengkonsumsi minuman kemasan manis (sweetened beverages) berlebih adalah kejadian obesitas (Kesuma, 2020). Berdasarkan data pada Susenas BPS, Konsumsi minuman ringan berpemanis di Indonesia terus mengalami peningkatan sebesar 29,70% dari tahun 2016 sampai dengan 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020). Proporsi konsumsi minuman manis di Kota Bandung dengan frekuensi lebih dari 1 kali perhari sebesar 64,57% (Survei Data Basis Pembangunan Daerah Kota Bandung, 2018).

Populasi dewasa yang mengalami obesitas di dunia mencapai lebih dari 500 juta orang (Kementerian Kesehatan RI, 2017). Menurut hasil Riset Kesehatan Dasar, menunjukkan prevalensi obesitas pada dewasa meningkat dari tahun 2010 sebesar 11,7% menjadi 15,4% pada tahun 2013 (Kementerian Kesehatan RI, 2017). Prevalensi obesitas di Jawa Barat khususnya Kota Bandung mencapai 26,32% (Kementerian Kesehatan RI, 2019).

Kejadian Obesitas dapat diantisipasi dengan memperhatikan asupan yang akan dikonsumsi dengan cara membaca label gizi. Label gizi merupakan instrumen penting dalam membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan gizi sesuai kebutuhan dan mengadopsi pola hidup lebih sehat (Azizah, 2019). Pada penelitian Purnama 2012 kebiasaan individu membaca label gizi masih rendah, hal ini didasari oleh penelitiannya yang menyatakan hanya 14,5% subjek yang patuh membaca label gizi.

Kepatuhan dalam membaca label gizi didasari oleh pengetahuan terkait gizi (Anggraini, Handayani dan Kusumastuty, 2018). Menurut Notoatmodjo (2017), sikap yang didasari oleh pengetahuan akan lebih bertahan lama daripada tidak didasari oleh pengetahuan. Survei menunjukkan selama periode 2013-2017 konsumsi makanan dan minuman terus mengalami peningkatan (Survei Data Basis Pembangunan Daerah Kota Bandung, 2018) dan Mahasiswa pada waktu senggang biasanya memilih untuk mengkonsumsi minuman kemasan khususnya karena menyegarkan dan menaikkan intensitas semangat pada saat beraktivitas (Ridha Auliana, 2016).

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Hubungan Tingkat Pengetahuan Terkait Label Gizi Terhadap Sikap Konsumsi Produk Minuman Kemasan Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Pasundan Bandung.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian *non eksperimental*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan sifat *cross-sectional* yaitu pengambilan data dilakukan dalam satu periode waktu. Penelitian ini menggunakan metode observasional analitik dengan desain pendekatan *Cross-sectional*. Penelitian ini dilakukan di Perguruan Tinggi Swasta Universitas Pasundan Bandung. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *Non Probability Sampling* dengan metode *Consecutive Sampling* dengan perhitungan jumlah sampel sebanyak 92 mahasiswa. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner pengetahuan terkait label gizi dan sikap konsumsi minuman kemasan secara *online* menggunakan *google form*. Uji hubungan yang digunakan pada penelitian ini adalah *fisher exact*.

Definisi operasional dari variable pengetahuan terkait label gizi adalah pemahaman responden terkait label gizi dan variable sikap konsumsi minuman kemasan adalah pemilihan minuman kemasan berdasarkan pertimbangan label gizi seperti jumlah sajian, takaran saji, jumlah energi, jumlah karbohidrat, dan jumlah protein.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Karakteristik Responden

Variabel		n	%
Jenis Kelamin	Laki – laki	32	33,7
	Perempuan	63	66,3
Usia	Dewasa muda/awal (19 – 29 tahun)	95	100
	Usia setengah tua (30 – 50 tahun)		
Uang saku	<100.000	29	30,5
	>100.000	66	69,5

N : 95

Hasil analisis karakteristik responden pada tabel 4.1 ditunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 66,3%. Pada variable usia sebagian besar responden berusia 22 tahun dengan persentase 38,9%. Pada variable uang saku Sebagian besar responden memiliki besaran uang saku per-harinya lebih dari Rp 100.000 dengan persentase 69,5%.

Faktor usia memengaruhi pemilihan jenis minuman kemasan, karena pada usia ini individu memasuki tahap dalam memutuskan jenis makanan sendiri, sehingga preferensi terhadap makanan berperan penting dalam pemilihan makanan (Sayekti dkk, 2021). Responden yang memiliki uang saku perhari lebih dari Rp 100.000 sebanyak 77,9%. Semakin banyak uang saku mahasiswa, maka semakin tinggi konsumsi mahasiswa (Armelia dan irianto, 2021).

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kategori Pengetahuan Terkait Label Gizi dan Perilaku Konsumsi Minuman Kemasan

Pengetahuan Terkait Label Gizi	n	%
Kurang baik	67	70,5
Baik	28	29,5
Sikap Konsumsi Minuman Kemasan		
Kurang	81	85,3
Baik	14	14,7

N : 95 ; Pengetahuan : (Baik 60% - 100%) (Kurang baik <60%); Perilaku : (Baik 3 – 5) (Kurang 0 – 2)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada table 4.2, mayoritas responden memiliki pengetahuan terkait label gizi dan Sikap konsumsi yang kurang baik berturut-turut dengan persentase sebesar 70,5% dan 85,3%. Dengan data tersebut dapat diketahui mayoritas responden memiliki tingkat pengetahuan terkait label gizi dan Sikap konsumsi yang kurang baik.

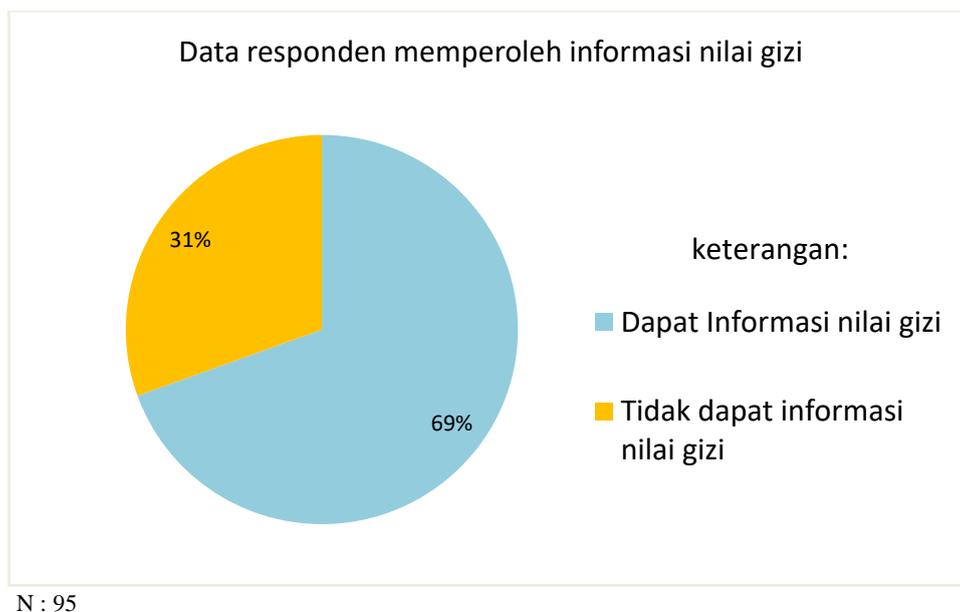
Hal ini dikarenakan responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa program studi perencanaan wilayah dan kota yang termasuk dalam mahasiswa non kesehatan. Hal ini sejalan dengan penelitian Ridha Auliana pada tahun 2017 bahwa mahasiswa Kesehatan memperoleh pengetahuan gizi dari materi perkuliahan dan informasi gizi dari lingkungannya. Sementara mahasiswa non Kesehatan memiliki latar pendidikan di perguruan tinggi yang tidak berbasis Kesehatan sehingga kurangnya pengetahuan tentang gizi yang didapat oleh responden secara formal (Sumartini dan Hasley, 2019) sehingga responden kurang termotivasi dalam mempelajari ilmu kesehatan dan gizi.

Hal ini sejalan dengan pendapat Arvianna, Mashabi and Hasanah pada tahun 2021 yang menyatakan motivasi dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang, karena akan menimbulkan rasa ingin tahu yang meningkat dan dapat memotivasi seseorang untuk mencari sumber informasi tersebut (Arvianna, Mashabi and Hasanah, 2021).

Berdasarkan dari hasil penelitian ini didapati sebanyak 85,3% responden memiliki sikap konsumsi minuman kemasan yang kurang baik, hal ini dikarenakan mahasiswa perencanaan wilayah dan kota universitas pasundan bandung termasuk kedalam mahasiswa non-kesehatan, yang artinya tidak mendapatkan pengetahuan formal terkait Kesehatan dan gizi. Sikap sendiri sangat erat kaitannya dengan pengetahuan. Semakin tinggi pengetahuan seseorang maka akan semakin baik pula sikap yang akan dilakukan orang tersebut (Anggraini dkk, 2018).

Keputusan pemilihan minuman ringan sebagian besar dilakukan tanpa perencanaan terlebih dahulu, yaitu dilakukan secara individual dengan sedikit pengaruh dari orang lain dan jenis minuman yang paling banyak dikonsumsi dalam situasi konsumsi *hang-out* dan *celebration* adalah air dalam kemasan, minuman bersoda dan teh dalam kemasan (Zamrodah, 2018).

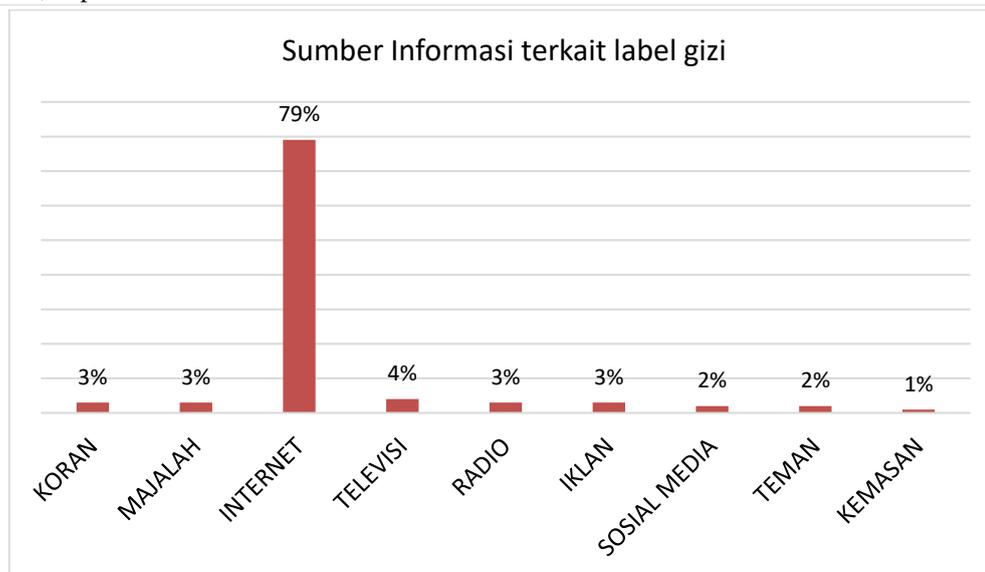
Selain faktor-faktor yang merupakan atribut produk, karakteristik individu, dan tempat penjualan, aktifitas bersosialisasi mempengaruhi keputusan pemilihan minuman ringan di situasi konsumsi *hang-out* dan *celebration*. Rasa minuman, aroma minuman, kemudahan memperoleh produk di banyak toko, keberadaan tanggal kedaluwarsa dan keterkenalan perusahaan pembuat minuman merupakan faktor - faktor yang berasal dari atribut produk dalam memilih minuman ringan. Usia responden, pengeluaran rumah tangga, pendidikan terakhir responden, dan frekuensi *hang-out* adalah faktor-faktor yang berasal dari karakteristik individu. Atmosfer toko merupakan faktor tempat penjualan dan pilihan pembeli lain pengaruh dari teman bersosialisasi (Zamrodah, 2018).



Gambar 1 Diagram Data yang memperoleh informasi label gizi

Sumber: Data Primer (2022)

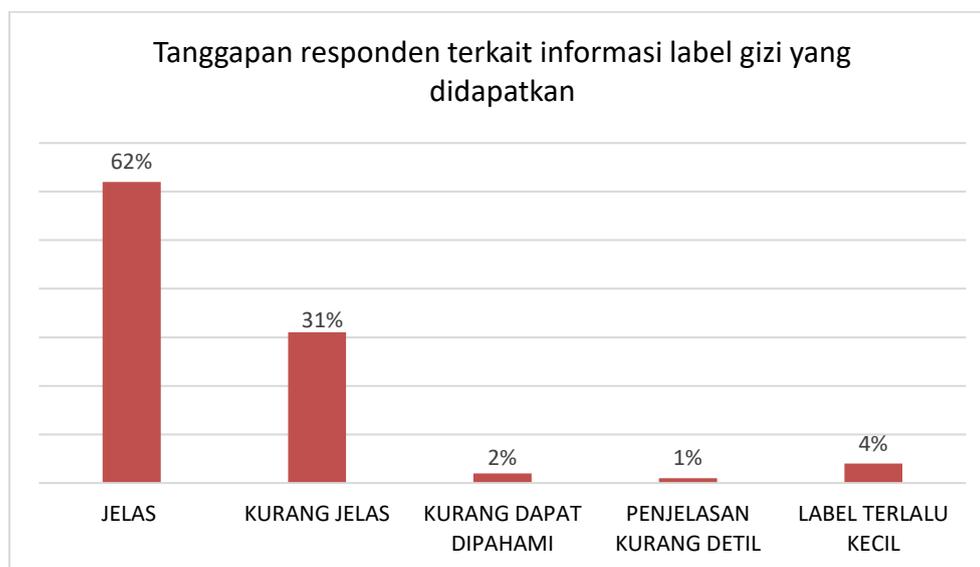
Pada diagram diatas menunjukkan 69% responden yang terpapar informasi terkait label gizi, Informasi yang didapatkan belum cukup, dikarenakan penjelasan yang diberikan belum memadai. informasi yang didapatkan dari pendidikan non-formal belum cukup, karena mahasiswa non-kesehatan tidak memiliki tanggung jawab untuk mengetahui lebih jauh informasi tersebut (Auliana, 2017).



N : 95

Gambar 2 Diagram Data Diagram Data sumber informasi terkait label gizi
Sumber: Data Primer (2022)

Sebagian besar responden memperoleh informasi terkait label gizi bersumber dari internet sebesar 79%. Internet adalah media yang paling mudah untuk mengakses informasi kapan saja dan dimana saja melewati *gadget*.



N : 95

Gambar 3 Diagram Tanggapan responden terkait informasi label gizi yang didapatkan
Sumber: Data Primer (2022)

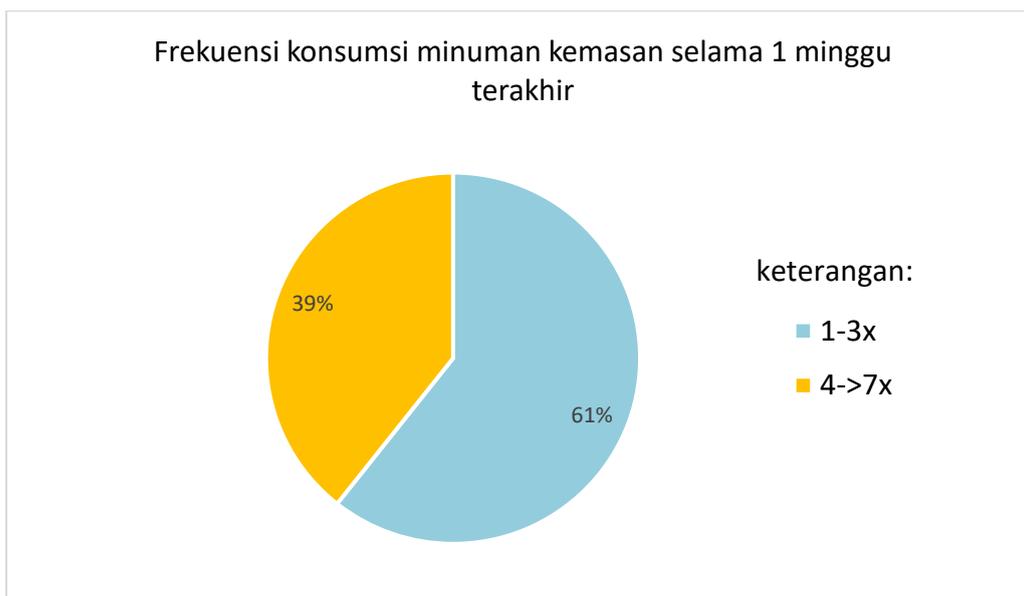
Data tersebut menyatakan 62% responden mendapatkan informasi yang jelas terkait label gizi tetapi masih terdapat responden yang mengatakan bahwa penjelasan terkait label gizi masih kurang jelas, kurang dapat dipahami, penjelasan kurang mendetil dan label terlalu kecil sehingga sulit dilihat dan dipahami. Dibuktikan dengan data dibawah ini (Gambar 4)



N : 95

Gambar 4 Diagram Data responden yang konsumsi minuman kemasan 1 minggu terakhir
 Sumber: Data Primer (2022)

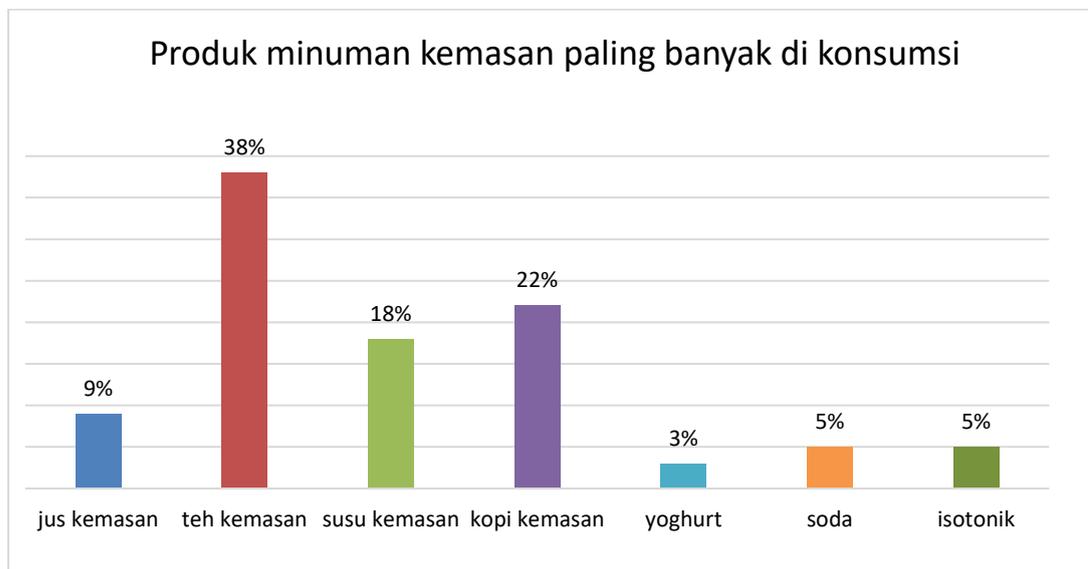
Sebesar 64% responden yang mengkonsumsi minuman kemasan selama 1 minggu terakhir dan 36% responden yang tidak mengkonsumsi minuman kemasan dalam 1 minggu terakhir. Walaupun sudah mendapatkan informasi terkait label gizi namun Sebagian besar mahasiswa masih mengkonsumsi minuman kemasan. hal ini dikarenakan selain tidak mengampu pendidikan terkait Kesehatan dan gizi, sikap konsumsi minuman ringan didukung oleh beberapa faktor antara lain situasi seperti *hang-out* dan *celebration* hal ini dikarenakan adanya pergeseran sikap konsumsi di era globalisasi terlebih lagi di kota-kota besar termasuk kota Bandung, mudahnya dalam mengakses berbagai jenis pangan termasuk minuman kemasan dengan tersediannya pusat-pusat perbelanjaan yang jaraknya tidak jauh dari pemukiman tempat tinggal (Endang Tri Wahyuni, 2014).



N : 95

Gambar 5 Diagram Frekuensi konsumsi minuman kemasan selama 1 minggu terakhir
 Sumber: Data Primer (2022)

Dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan sebanyak 4->7 kali sebesar 39% responden dan frekuensi konsumsi minuman kemasan sebanyak 1-3 kali sebesar 61%. Minuman berpemanis di Indonesia mengandung 37-54 gram gula dalam kemasan saji 300-500 ml. Jumlah kandungan gula ini melebihi 4 kali rekomendasi penambahan gula yang aman pada minuman, yaitu 6-12 gram dan menyumbang energi 310-420 kkal (Akhriani, M., Fadhilah, E., & Kurniasari, 2019).



N : 95

Gambar 6 Diagram Produk minuman kemasan paling banyak di konsumsi

Sumber: Data Primer (2022)

Dengan produk minuman kemasan terbanyak di konsumsi yaitu produk teh kemasan dengan persentase 38%. produk teh kemasan yang paling banyak dikonsumsi rata – rata kandungan gula dari minuman teh kemasan. memiliki kandungan gula sebesar 30 gram atau sebesar 60% dari anjuran konsumsi gula perhari. Sejalan dengan pernyataan Sucipto dkk pada tahun 2016 bahwa produk teh siap saji ini mendominasi 11% total penjualan (Sucipto, dkk 2016). Didukung dengan penelitian Saputri dkk pada tahun 2020 didapatkan data konsumsi teh pada mahasiswa terhitung tinggi, dengan frekuensi 65,1% sebanyak 1 – 3 kali/minggu (Saputri dkk., 2020).

Tabel 3. Hubungan Tingkat Pengetahuan Terkait Label Gizi Terhadap Sikap Konsumsi Produk Minuman Kemasan

Pengetahuan Terkait label gizi	Sikap konsumsi minuman kemasan						P -Value	OR (CI 95%)
	Kurang Baik		Baik		Total			
	n	%	n	%	n	%		
Kurang baik	62	92,5	5	7,5	67	100	0,04	5,874 (1.755 – 19.658)
Baik	19	67,9	9	32,1	28	100		

N = 95; uji Fisher exact; signifikan jika (p<0,05)

*persen berdasarkan baris

Berdasarkan hasil analisis bivariat pada table 3 yaitu, responden dengan pengetahuan terkait label gizi yang kurang baik memiliki Sikap konsumsi yang kurang baik dengan persentase 92,5%. Hasil uji Fisher exact menunjukkan terdapat hubungan antara pengetahuan terkait label gizi terhadap sikap konsumsi minuman kemasan dapat dibuktikan oleh nilai p-value 0,04. Seseorang dengan pengetahuan terkait label gizi yang kurang baik memiliki kecenderungan 5 kali lebih besar dengan sikap konsumsi minuman kemasan yang kurang baik pula.

Pengetahuan merupakan landasan untuk melahirkan tindakan seseorang. Sebelum menghasilkan perilaku akan ada perubahan sikap yang terjadi. Proses yang terjadi didalam diri seseorang saat mengambil sikap, diantaranya menerima (receiving) yang artinya bahwa individu memperhatikan objek, merespon (responding) yaitu dapat memberikan tanggapan ketika ditanya, menghargai (valuating) yaitu dapat berupa meng-influence orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu objek, lalu individu akan bertanggung jawab (responsible) atas segala sesuatu yang telah dipilihnya. Notoatmodjo (2011) juga mengungkapkan bahwa pengetahuan dapat memunculkan kesadaran individu sehingga individu tersebut dapat bersikap sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki. Sikap yang didasari pengetahuan, sikap positif dan kesadaran atas dirinya sendiri bukan paksaan dari sekitarnya memiliki sifat yang lebih bertahan lama.

Mahasiswa Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Pasundan Bandung memiliki pengetahuan terkait label gizi yang kurang baik dan sikap konsumsi minuman kemasan yang kurang baik pula. Hal ini dikarenakan mahasiswa perencanaan wilayah dan kota universitas pasundan bandung tidak mendapatkan pendidikan formal yaitu mata kuliah yang beorientasi Kesehatan dan gizi (Auliana, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian Fatharanni pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan gizi dengan sikap dan perilaku, terdapat hubungan positif nyata antara pengetahuan dan sikap serta antara pengetahuan dan praktek. Didukung dengan pernyataan Nofiyanti yang menyatakan bahwa pengetahuan yang didapati akan memperlihatkan respon batin dalam bentuk sikap terhadap objek yang telah diketahui (Nofiyanti et al., 2015).

Disimpulkan bahwa rendahnya pengetahuan terkait hal gizi akan membuat mahasiswa memiliki sikap konsumsi makanan yang beresiko. Hal ini didukung oleh penelitian Febryanto pada tahun 2017 tingkat pengetahuan gizi dan keamanan pangan siswa berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam pemilihan pangan yang dibeli, dengan pengetahuan gizi diharapkan siswa akan memilih pangan yang aman dan bergizi menyatakan bahwa seseorang dengan pengetahuan terkait label gizi. Pengetahuan terkait gizi yang rendah sulit dalam mengimplementasikan konsumsi yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

Faktor lain yang mempengaruhi sikap konsumsi adalah teman sebaya, mode dan trend, pengaruh iklan baik di televisi maupun media sosial dan jumlah uang saku yang dimiliki bahkan bagi sebagian mahasiswa yang sudah memperoleh penghasilan sendiri didapatkan memiliki sikap yang lebih konsumtif dibandingkan dengan yang belum memiliki penghasilan. Menurut Zamrodah pada tahun 2018 sikap konsumsi minuman ringan didukung oleh beberapa faktor antara lain situasi seperti hang-out dan celebration hal ini dikarenakan adanya pergeseran sikap konsumsi di era globalisasi terlebih lagi di kota-kota besar termasuk kota Bandung, mudahnya dalam mengakses berbagai jenis pangan termasuk minuman kemasan dengan tersediannya pusat-pusat perbelanjaan yang jaraknya tidak jauh dari pemukiman tempat tinggal (Endang Tri Wahyuni, 2014).

4. KESIMPULAN

Terdapat hubungan yang bermakna antara pengetahuan terkait label gizi terhadap perilaku konsumsi minuman kemasan. Saat seseorang memperoleh informasi, informasi tersebut ditangkap oleh panca indera manusia lalu panca indera manusia akan memberikan stimulus pada otak untuk mencerna informasi yang akan menjadi pengetahuan, dengan adanya pengetahuan dapat menjadikan seseorang memiliki kesadaran. Proses terbentuknya perilaku didasari dengan kesadaran atau adanya rangsangan pada individu yang berlanjut dengan individu mulai tertarik dengan objek lalu individu akan merenungkan baik atau buruknya objek tersebut setelah itu individu akan mulai mencoba perilaku baru tersebut dan beradaptasi pada perilaku baru.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Akhriani, M., Fadhilah, E., & Kurniasari, F. N. (2019). Hubungan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Kegemukan pada Remaja di SMP Negeri1 Bandung. *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 3(1), 29–40.
- Anggraini, S., Handayani, D. And Kusumastuty, I. (2018) “Tingkat Pengetahuan Cara Membaca

- Label Informasi Gizi Mahasiswa Status Gizi Normal Lebih Baik Dibandingkan Mahasiswa Obesitas,” *Indonesian Journal Of Human Nutrition*, 5(2), Pp. 74–84. Doi:10.21776/Ub.Ijhn.2018.005.02.2.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418 – 426. [Http://Dx.Doi.Org/10.24036/Jmpe.V4i3.11509](http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509).
- Arvianna, L.F., Mashabi, N.A. And Hasanah, U. (2021) “Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Prososial Pada Remaja Di Perumahan Patria Jaya,” *Jkkp (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 8(01), Pp. 67–80. Doi:10.21009/Jkkp.081.07.
- Asgha, B. (2017) “Pada Produk Pangan Oleh Konsumen,” 21(2), Pp. 128–135.
- Auliana, R. (2017) Perbandingan Tingkat Pengetahuan Gizi, Pola Konsumsi Dan Status Gizi Mahasiswa Kesehatan Dan Non Kesehatan Di Universitas Jember. Universitas Jember.
- Azizah, F. (2019) “Pengetahuan Dan Perilaku Terkait Label Gizi Dan Keputusan Pembelian Makanan Ringan Siap Santap.”
- Badan Pusat Statistik. 2020. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Tahun 2020: Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan
- Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung (2018) “Survei Data Basis Pembangunan Daerah Kota Bandung tahun 2018,” *Open Data Kota Bandung* [Preprint]. Available at: https://issuu.com/opendatabdg/docs/survei_data_basis_pembangunan_daera/148.
- Fatharanni, M. O., Angraini, D. I., & Oktaria Dwita. (2019). Hubungan Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Mengenai Gizi Seimbang dengan Status Gizi pada Wanita Usia Subur di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Medula*, 9, 26–37.
- Febryanto, M. A. B. (2017). Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Sulaimaniyah Jombang. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, 1(1), 7–17.
- Kementerian Kesehatan RI (2017) “Panduan Pelaksanaan Gerakan Nusantara Tekan Angka Obesitas (GENTAS),” [Http://P2Ptm.Kemkes.Go.Id/Dokumen-Ptm/Panduan-Gentas](http://p2ptm.kemkes.go.id/dokumen-ptm/panduan-gentas), Pp. 6–16. Available At: [Http://P2ptm.Kemkes.Go.Id/Dokumen-Ptm/Panduan-Gentas](http://p2ptm.kemkes.go.id/dokumen-ptm/panduan-gentas).
- Kementerian Kesehatan RI (2019) *Laporan Provinsi Jawa Barat, Riskesdas 2018, Lembaga Penerbit Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*.
- Kesuma, S. (2020) “Medfarm : Jurnal Farmasi Dan Kesehatan,” *MEDFARM: Jurnal Farmasi Dan Kesehatan*, 9(2), Pp. 63–72. Doi:10.48191/Medfarm.V9i2.36.
- Nofiyanti, A. L., W., D. W. S. R., & Lusina, S. E. (2015). Hubungan antara Pengetahuan dan Sikap. *Jurnal Majority Universitas Lampung*, 4(8), 161–166.
- Notoatmojo S. 2017. Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saputri, R.K. Et Al. (2020) “Pengaruh Konsumsi Teh Dengan Tingkat Obesitas Mahasiswa Farmasi Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Gir,” *Jurnal Penjas Dan Farmasi*, 3, Pp. 8–14.
- Sartika, I., Nikmawati, E.E. And Penelitian, L.B. (2017) “Pengetahuan Dan Keterampilan Pemilihan Makanan Sehari-Hari Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana,” *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 3(1), Pp. 65–76.
- Sayekti, W.D. Et Al. (2022) “Pola Pikir Makan Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Makanan Dan Minuman Jadi: Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid-19,” *Agrihealth: Journal Of Agri-Food, Nutrition And Public Health*, 2(2), P. 65. Doi:10.20961/Agrihealth.V2i2.54702.
- Sucipto, Herdiana, YEP., Mustaniroh, SA. 2016. Analisis Keterkaitan Atribut Kemasan Teh Siap Saji Dan Etnik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Teknik Industri*. Vol 6. No. 3. Hal. : 233-241
- Sumartini, Hasnelly. 2019. Hubungan Pengetahuan Gizi, Pola Konsumsi Dan Raihan Nilai Pada Mata Kuliah Ilmu Gizi Pangan Mahasiswa Prodi Teknologi Pangan Fakultas Teknik UNPAS Bandung. *PFTJ*, (Online), Vol. 6, No. 1, ([Https://Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Ph P/Foodtechnology/Article/View/1509 /797](https://journal.unpas.ac.id/index.php/foodtechnology/article/view/1509/797) Diakses 24 April 2020).
- Wahyuni, E.T. (2014) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Ygyakarta,” Universitas PGRI Yogyakarta [Preprint].
- Zamrodah, Y. (2018). Gaya Pembuatan Keputusan Generasi Y Terhadap Niat Membeli Kembali Minuman Dalam Kemasan (Gender Sebagai Variabel Moderator). 15(2), 1–23.