

PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP MINAT KONSUMSI *FAST FOOD* PADA MAHASISWA SARJANA PENDIDIKAN TATA BOGA: STUDI *CROSS SECTIONAL*

The Influence Of Internal And External Factors On Fast Food Consumption Intentions Among Undergraduate Culinary Education Students: A Cross-Sectional Study

Putri Febri Wahyuningtiyas¹, Sri Handajani², Any Sutiadiningsih³, Hidayatun Muyasyaroh⁴

^{*1,2,3,4} Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding author, e-mail: putrifebri.22005@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of internal and external factors on the interest in consuming fast food among undergraduate students of Culinary Arts Education (UNESA). This study uses a quantitative approach with a cross-sectional survey design involving 90 respondents selected through random sampling techniques from a population of 870 students. Data collection was carried out using a structured questionnaire with a 4-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The results showed that internal factors had a positive and significant effect on consumption interest (Sig. 0.036 < 0.05), with lifestyle indicators as the dominant factor. External factors also had a positive and very significant effect (p < 0.001), with location and ease of access as the most dominant factors. Simultaneously, internal and external factors had a significant effect on fast food consumption interest with a coefficient of determination (R²) of 0.517. and a Cohen's f² value of 1.070 indicating a large effect size. This means that 51.7% of the variation in consumption interest can be explained by the model. The regression equation obtained is $Y = -2.063 + 0.204X_1 + 0.348X_2$, which indicates that external factors have a stronger influence than internal factors. This finding indicates that a practical lifestyle and ease of environmental access are the main factors in shaping students' fast food consumption behavior. This finding indicates that although students will later have a deep understanding of nutrition and culinary fields, external environmental factors such as location and ease of access remain the main determinants that are stronger in shaping their fast food consumption behavior.

Keywords: *internal factors, external factors, fast food, consumption interest, students, generation Z.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga (UNESA). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional* yang melibatkan 90 responden yang dipilih melalui teknik random sampling dari populasi sebanyak 870 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala likert 4 poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi (Sig. 0,036 < 0,05), dengan indikator gaya hidup sebagai faktor dominan. Faktor eksternal juga berpengaruh positif dan sangat signifikan (p < 0,001), dengan indikator lokasi dan kemudahan akses sebagai faktor paling dominan. Secara simultan, faktor internal dan eksternal berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi *fast food* dengan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,517. serta nilai Cohen's f² sebesar 1,070 yang menunjukkan ukuran efek (effect size) dalam kategori besar, Hal ini berarti 51,7% variasi minat konsumsi dapat dijelaskan oleh model. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = -2,063 + 0,204X_1 + 0,348X_2$, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan faktor internal. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup praktis dan kemudahan akses lingkungan menjadi faktor utama dalam membentuk perilaku konsumsi *fast food* mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa kelak memiliki pemahaman mendalam di bidang gizi dan kuliner, faktor lingkungan eksternal seperti lokasi dan kemudahan akses tetap menjadi determinan utama yang lebih kuat dalam membentuk perilaku konsumsi *fast food* mereka.

Kata kunci: faktor internal, faktor eksternal, makanan cepat saji, minat konsumsi, mahasiswa, generasi Z.

How to Cite: Putri Febri Wahyuningtiyas¹, Sri Handajani², Any Sutiadiningsih³, Hidayatun Muyasyaroh⁴. 2026. Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Konsumsi *Fast Food* Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga (UNESA). Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi, Vol 7 (2): pp. 388-396, DOI: 10.24036/jptbt.v7i2.27257



PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup modern telah membawa dampak signifikan terhadap pola konsumsi makanan, khususnya pada kalangan mahasiswa yang didominasi oleh generasi Z. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik dinamis, praktis, serta terbiasa dengan segala sesuatu yang serba cepat, sehingga cenderung memilih makanan yang mudah diakses dan efisien dalam penyajian. Kondisi tersebut mendorong terjadinya pergeseran preferensi konsumsi ke arah makanan instan, termasuk makanan *fast food* (Angraini et al., 2020). Selain itu, padatnya aktivitas akademik turut memperkuat kecenderungan tersebut karena keterbatasan waktu membuat mahasiswa lebih memilih makanan praktis dibandingkan makanan yang memerlukan proses pengolahan lebih lama.

Fast food menjadi salah satu pilihan utama karena dinilai memiliki keunggulan dalam hal kepraktisan, harga yang relatif terjangkau, serta cita rasa yang sesuai dengan preferensi generasi muda. Dalam literatur global mengenai preferensi pangan mahasiswa, aspek-aspek ini dikenal sebagai *food choice motives* (motif pemilihan makanan) yang mencakup dimensi kenyamanan (*convenience*), daya tarik sensorik (*sensory appeal*), dan harga murah, yang sering kali mengalahkan pertimbangan kesehatan (Falconet et al., 2025). Berbagai studi internasional menegaskan bahwa pergeseran *food choice* di kalangan remaja dan mahasiswa pasca-pandemi secara signifikan dipengaruhi oleh kemudahan aksesibilitas serta perubahan prioritas hidup yang beralih ke makanan siap saji yang serba praktis (Pua et al., 2022). Namun demikian, di balik keunggulan tersebut, *fast food* umumnya memiliki kandungan gizi yang kurang seimbang, yaitu tinggi kalori, lemak, gula, dan garam, tetapi rendah serat, vitamin, dan mineral (Nadimin et al., 2023). Konsumsi secara berlebihan dalam jangka panjang dapat meningkatkan risiko penyakit tidak menular seperti obesitas, hipertensi, dan diabetes mellitus. Hal ini memperlihatkan adanya pertentangan antara kemudahan akses dan risiko kesehatan dalam pola konsumsi mahasiswa.

Tingginya konsumsi *fast food* tidak hanya terjadi pada individu dengan pengetahuan gizi yang rendah, tetapi juga pada mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan pangan, seperti mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga. Secara teoritis, pengetahuan gizi seharusnya menjadi dasar dalam menentukan pilihan makanan yang lebih sehat. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan gizi tidak selalu sejalan dengan perilaku konsumsi. Saraswati & Lubis (2025) menemukan bahwa remaja dan dewasa muda tetap memiliki kecenderungan tinggi dalam mengonsumsi *fast food* meskipun telah memahami dampak negatifnya. Hal ini diperkuat oleh Hasanah & Tanziha (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan frekuensi konsumsi *fast food*. Kesenjangan perilaku ini membawa implikasi yang jauh lebih serius dan unik ketika terjadi pada mahasiswa Pendidikan Tata Boga. Sebagai calon pendidik di bidang kuliner dan gizi, mereka memegang peran sentral dalam mentransfer nilai-nilai pola makan sehat kepada masyarakat dan peserta didik di masa depan. Jika seorang calon guru menunjukkan perilaku konsumsi yang kontradiktif dengan ilmu yang dipelajarinya, terdapat risiko besar terjadinya transmisi perilaku makan yang salah kepada generasi berikutnya. Oleh karena itu, memahami apa yang mengintervensi keputusan mereka menjadi sangat mendesak.

Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku konsumsi. Keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kognitif, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang lebih kompleks. Untuk membedah kompleksitas pengambilan keputusan ini, studi psikologi perilaku kesehatan sering kali menerapkan model teoretis terstruktur. Salah satunya adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa pilihan makanan mahasiswa di lingkungan kampus tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan gizi, melainkan dibentuk secara kuat oleh niat yang dipengaruhi oleh sikap personal, tekanan sosial atau norma subjektif (*subjective norms*) dari teman sebaya, serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) di tengah keterbatasan waktu serta beban akademik (Vishwakarma et al., 2026). Di sisi lain, *Health Belief Model* (HBM) juga menggarisbawahi bahwa kesiapan individu untuk mengubah perilaku makannya sangat bergantung pada persepsi kerentanan (*perceived susceptibility*) dan hambatan yang dirasakan (*perceived barriers*), seperti anggapan bahwa makanan sehat itu mahal atau sulit didapat (Ratnasari et al., 2023). Pengaruh hambatan teoretis inilah yang secara nyata mengarahkan mahasiswa pada preferensi konsumsi yang kurang sehat. Dalam konteks ini, minat konsumsi menjadi aspek penting untuk dikaji karena merupakan tahap awal sebelum terbentuknya perilaku nyata. Minat konsumsi dipengaruhi oleh faktor internal, seperti selera, gaya hidup, uang saku, pengetahuan gizi, dan kebiasaan makan, serta faktor eksternal, seperti harga, teman sebaya, media sosial, dan kemudahan akses (Mahendra & Utami, 2024; Tambun et al., 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Unesa. Penelitian ini menjadi sangat krusial untuk mengisi kekosongan literatur mengenai alasan di balik ambivalensi perilaku konsumsi pada calon pendidik bidang pangan. Penelitian ini penting karena

mahasiswa sebagai calon pendidik memiliki peran dalam membentuk pola konsumsi sehat di Masyarakat serta mencegah penularan kebiasaan konsumsi yang kontradiktif di lingkungan sekolah kelak. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi minat konsumsi sebagai dasar penyusunan strategi edukasi gizi yang lebih efektif di lingkungan perguruan tinggi.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa serta menjelaskan kesenjangan antara pengetahuan gizi dan perilaku konsumsi. Berdasarkan uraian teoritis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Unesa baik secara parsial maupun simultan, dengan dugaan bahwa faktor eksternal (seperti harga, teman sebaya, media sosial, dan kemudahan akses) memiliki pengaruh yang lebih kuat dan dominan dalam mendorong minat konsumsi dibandingkan dengan faktor internal.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan pada satu waktu pengamatan (*cross-sectional*) untuk memperoleh gambaran hubungan antarvariabel secara statistik. Penelitian dilaksanakan di Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif S1 Pendidikan Tata Boga angkatan 2022–2025 yang berjumlah 870 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 90 responden. Penggunaan tingkat kesalahan 10% disesuaikan dengan keterbatasan waktu dan jangkauan penelitian. Meskipun demikian, jumlah sampel tersebut masih memenuhi analisis statistik regresi karena telah memenuhi jumlah minimum responden dalam penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan kriteria inklusi yaitu mahasiswa aktif dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarakan secara daring melalui *Google Form*. Instrumen penelitian disusun berdasarkan variabel penelitian yang meliputi faktor internal (selera, uang saku, pengetahuan gizi, gaya hidup, kebiasaan makan), faktor eksternal (harga, teman sebaya, media, lokasi dan kemudahan akses), serta minat konsumsi *fast food*. Pengukuran menggunakan skala Likert empat poin (4 = sangat setuju sampai 1 = sangat tidak setuju). Penggunaan skala empat poin dipilih untuk mengurangi kecenderungan responden memilih jawaban netral (*central tendency bias*) sehingga responden lebih menunjukkan kecenderungan sikap yang lebih jelas terhadap setiap pernyataan. Instrumen penelitian terdiri atas 29 butir pernyataan, dengan rincian variabel faktor internal terdiri dari 10 butir pernyataan, faktor eksternal terdiri dari 13 butir pernyataan, serta minat konsumsi terdiri dari 6 butir pernyataan.

Table 1. Kisi Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Butir soal
Faktor internal	Selera	2 soal
	Uang saku	2 soal
	Pengetahuan gizi	2 soal
	Gaya hidup	2 soal
	Kebiasaan makan	2 soal
Faktor eksternal	Harga	3 soal
	Teman sebaya	3 soal
	Media (promosi digital)	2 soal
	Media (<i>food Influenser</i>)	2 soal
	Lokasi dan kemudahan akses	3 soal
Minat Konsumsi <i>Fast food</i>	Keyakinan Membeli	3 soal
	Keinginan mengkonsumsi ulang	1 soal
	Ketertarikan Mencoba	1 soal
	Preferensi	1 soal

Validitas instrumen dilakukan melalui validitas isi (*content validity*) menggunakan *expert judgement* oleh dosen ahli untuk menilai kesesuaian indikator dengan variabel penelitian. Setelah dilakukan revisi berdasarkan masukan ahli, instrumen diuji coba secara empiris pada responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian, tetapi tidak termasuk dalam sampel penelitian. Uji validitas empiris dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan SPSS, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memenuhi kriteria validitas sehingga dinyatakan valid.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel, yaitu sebesar 0,763 untuk faktor internal, 0,907 untuk faktor eksternal, dan 0,848 untuk minat konsumsi.

Table 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha
Faktor Internal	0,763
Faktor Eksternal	0,907
Minat Konsumsi	0,848

Sumber: Olah data SPSS Versi 27

Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, sedangkan analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, linearitas. Data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan sebaran mengikuti garis diagonal. Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik menyebar secara acak tanpa pola tertentu. Hubungan dinyatakan linear apabila nilai *deviation from linearity* $> 0,05$.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 90 mahasiswa aktif Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga Unesa angkatan 2022–2025. Responden didominasi oleh perempuan (88,9%) dengan rentang usia terbanyak 20–21 tahun yang termasuk kategori dewasa awal. Kondisi ini relevan karena kelompok usia tersebut memiliki kecenderungan pola konsumsi yang dipengaruhi oleh gaya hidup praktis dan lingkungan sosial (Mustika et al., 2025; Nadila et al., 2024).

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa faktor internal memiliki rata-rata sebesar 29,67, faktor eksternal sebesar 39,14, dan minat konsumsi *fast food* sebesar 17,60. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor berada pada tingkat cukup dalam memengaruhi minat konsumsi mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa minat konsumsi dipengaruhi oleh kombinasi faktor individu dan lingkungan yang saling berinteraksi (Kirana & Wirjatmadi, 2023).

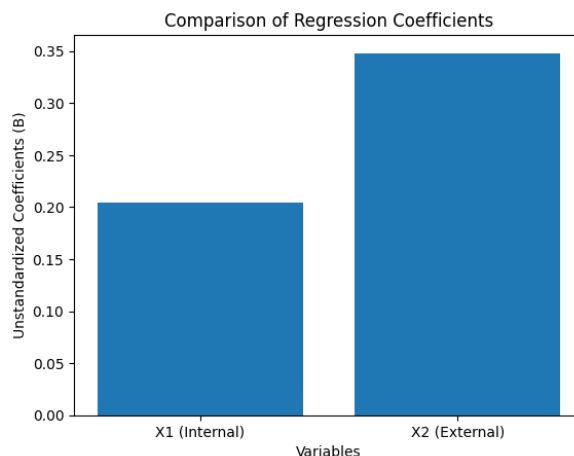
Sebelum dilakukan analisis regresi, model telah memenuhi uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance 0,634 ($>0,10$) dan VIF 1,577 (<10), yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan pola titik menyebar acak, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji linearitas menunjukkan nilai *deviation from linearity* $>0,05$, sehingga hubungan dinyatakan linear. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak untuk digunakan.

Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel berikut:

Table 3. Hasil Uji Koefisien Regresi Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Minat Konsumsi

Model		Coefficients				t	Sig.	95,0% confidence interval for B	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Lower bound			Upper bound	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-2,063	2,317		-,890	,376	-6,667	2,542	
	X1	,204	,095	,200	2,136	,036	,014	,393	
	X2	,348	,056	,580	5,199	,000	,236	,460	

Sumber: Olah data SPSS Versi 27



Gambar 1. Perbandingan Koefisien Regresi Faktor Internal (X₁) dan Faktor Eksternal (X₂)
 Source: Author’s own elaboration (2026).

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan $Y = -2,063 + 0,204X_1 + 0,348X_2$ yang menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal memiliki arah pengaruh positif terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada masing-masing variabel independen akan diikuti oleh peningkatan minat konsumsi *fast food* (Riyo et al., 2024).

Faktor internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi fast food dengan nilai $B = 0,204$; $p = 0,036$; 95% CI [0,014–0,393]. Sementara itu, faktor eksternal memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan dengan nilai $B = 0,348$; $p < 0,001$; 95% CI [0,236–0,460]. Berdasarkan nilai standardized beta, faktor eksternal ($\beta = 0,580$) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor internal ($\beta = 0,200$). Hal ini menunjukkan bahwa minat konsumsi *fast food* mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lingkungan, seperti harga, media sosial, teman sebaya, serta kemudahan akses dibandingkan faktor dari dalam diri individu.

Dominannya faktor eksternal dalam penelitian ini dapat dijelaskan karena mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga merupakan kelompok yang memiliki intensitas paparan tinggi terhadap makanan dan tren kuliner, baik melalui lingkungan akademik maupun media digital. Sebagai mahasiswa yang mempelajari bidang kuliner, responden cenderung lebih sering terpapar visualisasi makanan, promosi digital, rekomendasi teman sebaya, serta konten kuliner di media sosial. Selain itu, karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi digital membuat mahasiswa lebih responsif terhadap stimulus eksternal seperti promosi visual, kemudahan layanan pesan antar, serta lingkungan sosial yang mendukung konsumsi *fast food*. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi pribadi, tetapi juga oleh faktor lingkungan yang terus diterima mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tambun et al. (2020) yang menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi pangan mahasiswa.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi *fast food* dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0,036$ ($< 0,05$) dan nilai t sebesar 2,136. Hal ini menunjukkan bahwa aspek dalam diri mahasiswa seperti selera, uang saku, pengetahuan gizi, gaya hidup, dan kebiasaan makan berperan dalam membentuk minat konsumsi. Secara teoritis, faktor-faktor internal tersebut merupakan determinan utama dalam pengambilan keputusan konsumsi karena berkaitan langsung dengan preferensi individu dan pengalaman sebelumnya (Cahyani et al., 2025; Dewanti et al., 2023). Selain itu, gaya hidup praktis pada mahasiswa juga mendorong kecenderungan memilih makanan cepat saji sebagai alternatif yang efisien (Anggraini et al., 2020). Gaya hidup praktis menjadi faktor yang dominan karena mahasiswa cenderung memilih makanan yang cepat dan efisien di tengah aktivitas akademik yang padat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa gaya hidup modern berpengaruh terhadap kecenderungan konsumsi makanan cepat saji (Anggraini et al., 2020). Selain itu, selera juga memengaruhi ketertarikan terhadap makanan berdasarkan preferensi rasa dan pengalaman konsumsi sebelumnya. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa preferensi rasa menjadi faktor utama dalam pemilihan makanan (Umakaapa et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian Anggraini et al. (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup dan selera berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi makanan siap saji pada mahasiswa.

Di sisi lain, faktor eksternal memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $p < 0,001$ dan nilai t sebesar 6,199. Nilai standardized beta pada faktor eksternal sebesar 0,580 lebih besar dibandingkan faktor internal sebesar 0,200, sehingga faktor eksternal merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat konsumsi *fast food* mahasiswa. Faktor eksternal seperti harga, teman sebaya, media, serta lokasi dan kemudahan akses terbukti mampu mendorong minat konsumsi mahasiswa. Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan makanan (Maulidia & Harti, 2021), sedangkan pengaruh teman sebaya dapat membentuk perilaku konsumsi melalui interaksi sosial (Saputri et al., 2021). Selain itu, media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan ketertarikan melalui promosi visual yang menarik (Mahendra & Utami, 2024).

Dominannya pengaruh faktor eksternal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z cenderung lebih dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan tren dibandingkan faktor internal. Karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi digital serta intensitas penggunaan media sosial yang tinggi membuat mereka lebih responsif terhadap stimulus eksternal, seperti promosi, rekomendasi teman, dan kemudahan akses. Selain itu, keberadaan *fast food* yang mudah dijangkau dan praktis semakin memperkuat minat konsumsi mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian Harahap & Siregar (2023) yang menyatakan bahwa faktor eksternal seperti ajakan teman, harga yang terjangkau, lokasi yang dekat, serta paparan media sosial memiliki pengaruh besar terhadap konsumsi *fast food* pada remaja. Karakteristik generasi Z yang dekat dengan teknologi digital serta intensitas penggunaan media sosial yang tinggi membuat mereka lebih responsif terhadap stimulus eksternal (Rini et al., 2024). Hasil uji simultan (uji F) disajikan pada tabel berikut:

Table 4. Hasil Uji Simultan (Uji F) Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Minat Konsumsi

ANOVA						
	Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	473,205	2	236,602	46,529	,000 ^b
	Residual	442,395	87	5,085		
	Total	915,600	89			

Sumber: Olah data SPSS versi 27

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 46,529 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$, yang berarti bahwa faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dengan demikian, kedua variabel tersebut secara simultan dapat menjelaskan variasi perubahan minat konsumsi mahasiswa, yang menunjukkan bahwa minat konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil kombinasi dari berbagai faktor yang saling berinteraksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tambun et al. (2020) serta didukung oleh Siregar et al. (2023) yang menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Secara konseptual, hasil ini memperkuat bahwa minat konsumsi merupakan hasil integrasi antara dorongan dari dalam individu seperti gaya hidup, selera, dan kebiasaan makan, serta pengaruh dari luar seperti harga, lingkungan sosial, dan media. Interaksi kedua faktor tersebut membentuk kecenderungan mahasiswa dalam memilih sebagai alternatif konsumsi. Dalam konteks mahasiswa Generasi Z, kombinasi ini menjadi semakin kuat karena adanya karakteristik yang adaptif terhadap teknologi dan lingkungan sosial. Hal ini didukung oleh Anggraini et al. (2020) yang menyatakan bahwa faktor internal seperti selera dan faktor eksternal seperti harga secara simultan berpengaruh terhadap pola konsumsi makanan siap saji pada mahasiswa. Besarnya kontribusi kedua variabel tersebut dapat dilihat pada koefisien determinasi berikut:

Table 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Regresi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,517	,506	2,25500

Sumber: Olah data SPSS versi 27

Berdasarkan Tabel 3, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,517 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 51,7% variasi minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa melalui faktor internal dan faktor eksternal, sedangkan sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Masih terdapat 48,3% varians lain di luar model penelitian yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor psikologis maupun sosial lain yang belum diteliti secara spesifik, seperti *emotional eating*, *food neophobia*, kualitas produk, *brand image*, tingkat stres akademik, *self-control*, serta pola konsumsi keluarga. Faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa terhadap *fast food* dan dapat menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Hal ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap minat konsumsi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tambun et al. (2020) serta penelitian lain yang menunjukkan bahwa kombinasi faktor internal dan eksternal memberikan kontribusi signifikan terhadap perilaku konsumsi (Siregar et al., 2023).

Temuan ini menunjukkan bahwa minat konsumsi *fast food* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti gaya hidup, selera, dan kebiasaan makan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kemudahan akses, harga, serta lingkungan sosial. Dalam konteks mahasiswa, kemudahan dalam menjangkau lokasi penjualan serta ketersediaan layanan pesan antar menjadi faktor yang memperkuat kecenderungan konsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian Siregar et al. (2023) yang menyatakan bahwa lokasi yang strategis dan kemudahan akses berpengaruh positif terhadap minat konsumsi karena mempermudah individu dalam memperoleh makanan.

Selain itu, interaksi antara faktor internal dan faktor eksternal juga memperkuat minat konsumsi *fast food*. Mahasiswa dengan gaya hidup praktis cenderung lebih terdorong untuk mengonsumsi *fast food* ketika didukung oleh lingkungan yang menyediakan akses mudah, harga terjangkau, serta pengaruh sosial yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi merupakan hasil dari interaksi antara dorongan individu dan stimulus lingkungan. Temuan ini didukung oleh Sutiadiningsih et al. (2016) yang menyatakan bahwa minat terbentuk melalui integrasi aspek internal (kognitif dan afektif) dengan pengaruh eksternal yang mendorong individu menuju tindakan konsumsi.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,517 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 51,7% variasi minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dalam penelitian ini, faktor eksternal telah mencakup aspek media yang meliputi promosi digital dan pengaruh influencer, sehingga variabel tersebut pada dasarnya telah terwakili dalam model. Namun, masih terdapat kemungkinan adanya faktor lain yang belum terakomodasi secara spesifik, seperti kualitas produk, brand image, variasi menu, serta faktor psikologis individu yang turut memengaruhi minat konsumsi. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Temuan ini sejalan dengan Mahendra & Utami (2024) yang menyatakan bahwa media sosial, termasuk promosi digital dan peran influencer, memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat konsumsi pada generasi muda.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat konsumsi *fast food* mahasiswa, diikuti oleh faktor internal. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa upaya pengendalian konsumsi *fast food* tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan gizi, tetapi juga perlu mempertimbangkan faktor lingkungan seperti aksesibilitas, harga, dan pengaruh sosial. Hal ini didukung oleh Anggraini et al. (2020) yang menyatakan bahwa faktor eksternal seperti harga dan lingkungan memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi makanan siap saji pada mahasiswa.

Secara keseluruhan, minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa merupakan hasil interaksi antara faktor internal dan faktor eksternal yang saling memengaruhi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu, tetapi juga oleh lingkungan sosial dan kemudahan akses yang tersedia (Rizqullah & Darmawan, 2025).

KESIMPULAN

Faktor internal dan faktor eksternal terbukti berpengaruh terhadap minat konsumsi *fast food* pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Unesa, dengan faktor eksternal menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor internal. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu seperti gaya hidup praktis dan selera, tetapi juga oleh lingkungan sosial, media digital, harga, serta kemudahan akses terhadap *fast food*. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa mahasiswa, khususnya Generasi Z, cenderung lebih responsif terhadap stimulus lingkungan yang mendukung pola konsumsi praktis dan instan. Oleh karena itu, upaya pengendalian konsumsi *fast food* tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan gizi, tetapi juga perlu didukung oleh lingkungan kampus yang menyediakan pilihan makanan sehat, praktis, dan terjangkau. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami perilaku konsumsi *fast food* pada mahasiswa tata boga yang memiliki paparan tinggi terhadap lingkungan kuliner, meskipun penelitian masih terbatas pada satu program studi dengan jumlah sampel yang relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya

disarankan melibatkan cakupan responden yang lebih luas serta menambahkan faktor psikologis dan keluarga agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi *fast food* pada mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing atas bimbingan yang penuh dedikasi, serta kepada tim validator dan mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya yang berpartisipasi sebagai responden. Penulis berharap artikel ini dapat memberikan wawasan baru dan berkontribusi pada kemajuan pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, N. V., Balafif, M., & Rahmasari, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Makanan Siap Saji di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya). *Universitas Bhayangkara Surabaya*, 1–10.
- Cahyani, D. D. A., Darmawan, D. P., & Arisena, G. M. K. (2025). Food Safety And Choices Among Workers: Socio-Economic Dynamics And Food Choice Motives. *Indonesian Journal of Small Scale Farming*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.24843/ijoss.2025.v01.i01.p01>
- Dewanti, R., Ishak, S., Rate, S., & Herman, H. (2023). Hubungan Pengetahuan Gizi Dengan Sikap Dalam Pemilihan Makanan Sehat Pada Remaja Di Area Pedesaan. *Jurnal Ilmu Kebidanan*, 13(2), 45–52. <https://doi.org/10.54444/jik.v13i2.135>
- Falconet, E. B., Iuis, C. A., & Iwag, G. M. (2025). *Food Choice Motives and Eating Behavior among College Students*. IX(2454). <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Harahap, M. A. R., & Siregar, P. A. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Fast Food Pada Remaja. *JK: Jurnal Kesehatan*, 1(1), 230–237.
- Hasanah, M. N., & Tanziha, I. (2022). *Hubungan Pengetahuan dan Sikap Gizi serta Konsumsi Fast Food dan Asupan Serat dengan Status Gizi Siswa SMA Kornita IPB*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/114771>
- Kirana, D. S., & Wirjatmadi, B. (2023). Literature Review: Hubungan Asupan Makanan Siap Saji dengan Kegemukan pada Remaja. *Media Gizi Kesmas*, 12(1), 434–440.
- Mahendra, A. R., & Utami, A. R. (2024). Efektivitas Promosi Digital Melalui Social Media Food Influencer Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 7(2), 191–205. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v7i2.2760>
- Maulidia, R., & Harti. (2021). Preferensi gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan memilih merek makanan fast food di surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1300–1306.
- Mustika, N., Saputra, E., Nuryanto, H., & Gunawan, A. A. (2025). Pola konsumsi makanan junk food dan minuman bersoda generasi Z di Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 4096–4104. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.1855>
- Nadila, Chandra, F., & Hatussaadah, S. F. (2024). Gambaran Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Remaja di SMAN 10 Kota Jambi. *Seminar Kesehatan Nasional*, 3, 185–190. <https://prosiding.ubr.ac.id/>
- Nadimin, Fanny, L., & Nurmagfira T, A. (2023). Penggunaan Media Sosial Dan Kebiasaan Mengonsumsi Fast Food Pada Remaja Di Kota Makassar. *Media Kesehatan Politeknik Kesehatan Makassar*, 18(1), 38. <https://doi.org/10.32382/medkes.v18i1.3277>
- Pua, A. E., Renyoet, B. S., Studi, P., Gizi, I., Kristen, U., Wacana, S., & Tengah, J. (2022). *Studi Literature Review : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Food Choice Pada Remaja Pasca Pandemi COVID-19 Pandemic*. 6(1), 1–8.
- Ratnasari, D. E., Pamungkasari, E. P., & Mulyani, S. (2023). *Health Belief Model Concept in Overweight Adolescents ' Carbohydrate Intake* (Issue ICoHPS). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-324-5>
- Rini, S., Sutiadiningsih, A., & Joko. (2024). Pengaruh Minat Belajar dan Kemampuan Berpikir Kritis terhadap Kompetensi Kerja melalui Self-Efficacy sebagai Mediasi bagi Siswa SMK Keahlian Kuliner. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 4(2), 434–445. <https://doi.org/10.53299/jppi.v4i2.525>
- Riyo, M., Meiyasa, A. L., Maulana, R. D., Lesmana, R. J., Miftah, M., & Supriyono. (2024). Pengaruh Anggaran dan Harga dalam Pilihan Mahasiswa terhadap Makanan Cepat Saji. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8, 51050–51057.
- Rizqullah, M. I., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Makanan Siap Saji. *Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Makanan Siap Saji*, 3(1), 228–245.
- Saputri, M. C., Rahmawati, H., & Viatrie, D. I. (2021). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya

-
- dengan Intensi Perilaku Makan Sehat pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Mipa Universitas Negeri Malang. *Flourishing Journal*, 1(5), 351–356. <https://doi.org/10.17977/um070v1i52021p351-356>
- Saraswati, D., & Lubis, I. (2025). Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Makanan pada Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 521–528. <https://doi.org/10.54082/jupin.1290>
- Siregar, R. D., Syahputra, R., & Zebua, Y. (2023). Pengaruh Lokasi Strategis, Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Hasnah Kuliner Rantauprapat Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(2), 351.
- Sutiadiningsih, A., Sonhadji, A., Sutadji, E., & Nurlaela, L. (2016). Entrepreneurial character development model: Responsible and discipline integrated in business plan based learning project. *AIP Conference Proceedings*, 1778(July). <https://doi.org/10.1063/1.4965784>
- Tambun, M. C. A., Marwanti, S., & Rahayau, W. (2020). *Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Yang Mempengaruhi Konsumsi Pangan Pada Mahasiswa Perantau Di Universitas Sebelas Maret Surakarta Maria*. 21(1), 1–9.
- Umakaapa, M., Warwuru, P. M., Sahrani, A. Y., Suradji, F. R., & Ismail, M. (2025). Determinants Of Food Choices on The Nutritional Status Of Adolescents In Merauke. *Jurnal Ners*, 9(3), 5494–5502. <https://doi.org/10.31004/jn.v9i3.48177>
- Vishwakarma, K., Sekaran, V. C., Patwardhan, V., & Kamath, A. (2022). *Conceptualizing a model to study university students ' food choices based on the theory of planned behavior*. 1–27.