

**HUBUNGAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC COMMERCE*
DENGAN PEMILIHAN MAKANAN DAN STATUS GIZI PADA
MAHASISWA FAKULTAS KESEHATAN UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH GRESIK**

Correlation of Electronic Commerce Use with Food Choice and Nutritional Status in Students of The Healthy Faculty Muhammadiyah University of Gresik

^{1*}Fathmawati Widodo Putri,¹Dwi Novri Supriatiningrum,¹Eka Srirahayu A.

¹Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRACT

The use of electronic commerce (e-commerce) has penetrated various fields, one of which is the culinary industry. Improper food choice through e-commerce can impact a person's nutritional status. This study aims to analyze the relationship between e-commerce use, food choices, and nutritional status. Simple random sampling was chosen as the method for this research, and subject total was 88 students Healthy Faculty at Muhammadiyah University of Gresik. Data collection was carried out using e-commerce questionnaires, FFQ, and anthropometric measurements. The Spearman correlation test was chosen to analyze the collected data. The results show no significant relationship between the use of e-commerce and food choices ($p=0.865$ for the main food, $p=0.700$ for the snack, and $p=0.305$ for the beverage). There was no significant relationship between the use of e-commerce and nutritional status ($p=0.709$). The conclusion is that there is no significant relationship between the use of e-commerce, food choice, and nutritional status. Suggestions for future research include conducting a recall to determine the intake consuming by students and conducting similar research on various community characteristics.

Keywords: *Electronic commerce, Food choice, Nutritional status*

ABSTRAK

Penggunaan *electronic commerce (e-commerce)* kini telah merambah kedalam berbagai bidang, salah satunya kuliner. Pemilihan makanan yang tidak tepat pada *e-commerce* dapat berdampak terhadap status gizi seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan makanan dan status gizi. Metode penelitian ini yaitu *simple random sampling* dengan jumlah subjek 88 mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik. Penghimpunan data dilakukan dengan kuesioner penggunaan *e-commerce*, kuesioner FFQ, dan pengukuran antropometri. Analisa data menggunakan uji korelasi *spearman*. Hasil menunjukkan bahwa tidak ada hubungan bermakna terkait penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan makanan (makanan utama $p=0.865$; makanan selingan $p=0.700$, dan minuman $p=0.305$). Tidak ada hubungan bermakna antara penggunaan *e-commerce* dengan status gizi ($p=0.709$). Kesimpulan dari penelitian ini yaitu tidak ada hubungan yang bermakna terkait penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan makanan dan status gizi. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian berikutnya berupa analisa *recall* untuk mengetahui asupan yang dikonsumsi oleh mahasiswa dan karakteristik masyarakat.

Kata Kunci: *Electronic commerce, Pemilihan makanan, Status gizi*

PENDAHULUAN

Sejalan dengan kemajuan suatu zaman, maka kecepatan dalam mengakses segala sesuatu melalui internet akan semakin meningkat. Era digitalisasi telah melahirkan berbagai macam wujud teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki akses yang cepat, tepat serta dapat dijangkau oleh siapapun dan dimanapun. Salah satu wujud dari era digitalisasi adalah lahirnya *Electronic Commerce (e-commerce)*.

Pada tahun 2023, pengguna pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 212 juta orang, yang mana jumlah tersebut meningkat 4% dibandingkan tahun 2022 yakni 204 juta orang (Jayani, 2019).

Saat ini, penggunaan *e-commerce* tertinggi di Indonesia diduduki oleh shoppe dengan 157,97 juta pengguna, kemudian disusul oleh tokopedia dengan jumlah pengguna 117,03 juta. Berdasarkan golongan usia, mayoritas pengguna *e-commerce* di Indonesia berada dalam rentang usia 26 – 35 tahun (Dini, 2022).

Kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai media peniagaan.

ShopeeFood, GoFood, GrabFood merupakan aplikasi *e-commerce* di Indonesia yang melayani pesan antar makanan atau *food delivery* pada sebuah rumah makan dengan memanfaatkan gawai (Halim FS, dkk., 2022). Berdasarkan data *Good Stats* pada tahun 2022, presentase layanan pesan antar makanan yang diminati oleh anak muda yaitu *GoFood* sebesar 46,4%, *ShopeeFood* sebesar 25,2%, *GrabFood* sebesar 22% dan 6% lainnya.

Indonesia times (IDN) pada tahun 2019 telah melakukan survey yang bertujuan untuk mengkaji kebiasaan masyarakat indonesia dalam menggunakan layanan pesan antar makanan, menunjukkan hasil yakni berdasarkan usia, rentang usia 21 – 25 tahun dengan persentase 48,4%, rentang usia 26 – 30 tahun dengan persentase 30,2%, rentang usia 15 – 20 tahun dengan persentase 15,5% dan rentang usia di atas 30 tahun dengan persentase 5,8%. Berdasarkan pekerjaan, yakni mahasiswa dengan persentase 44,2% dan berdasarkan jenis kelamin, yakni wanita dengan persentase 70,5% (Rahayu, 2019).

Penggunaan *e-commerce* dapat berpengaruh terhadap pemilihan makanan pada seseorang. Pemilihan makanan merupakan sebuah usaha untuk mengendalikan makanan yang akan dikonsumsi dengan mempertimbangkan dari segi cita rasa, suasana hati dan kualitas. Pemilihan makanan merupakan interaksi kompleks, dengan melibatkan berbagai bidang seperti biologis, psikologis, sosial, budaya dan kesehatan (Susanti, 2021).

Potongan harga dapat menjadi faktor pembelian makanan melalui *e-commerce*. Penelitian yang sejalan telah dilakukan oleh (Susanto dkk, 2024) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tersedianya potongan harga dengan pemilihan *ShopeeFood* sebagai aplikasi pembelian makanan oleh mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia Mahasiswa Bisnis Digital.

Kualitas makanan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan makanan. Seseorang cenderung akan memilih makanan dengan kondisi yang baik. Hal tersebut selaras dengan penelitian oleh (Susanto dkk, 2024) mengemukakan ditemukan pengaruh

yang signifikan terkait kualitas makanan dengan pembelian makanan pada aplikasi *ShopeeFood* pada mahasiswa Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia.

pengiklan yang menarik menjadi salah satu komponen yang berpengaruh terhadap pemilihan makanan pada seseorang. Penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Febriani & Cahya, 2022) bahwa adanya pengiklan yang menarik sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di aplikasi *ShopeeFood*. Pendapat lain yang selaras juga menyatakan bahwa 99,5% mahasiswa membeli makanan dengan menggunakan *e-commerce* dipengaruhi media periklanan, dan 0,5% mahasiswa tidak terpengaruh oleh media periklanan (Purba ML, dkk., 2022).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap pemilihan makanan yaitu tempat tinggal. Mahasiswa yang tinggal terpisah dengan orang tuanya (kos) pada umumnya memilih makanan instant. Penelitian selaras telah dilakukan oleh (Rismayani A, dkk., 2023) yang berpendapat bahwa mahasiswa yang tinggal di kos

cenderung memilih makanan instan untuk dikonsumsi.

Pembelian makanan melalui *e-commerce* didominasi oleh *Fast food*. Hal ini selaras dengan pendapat (Stefani & Layalia, 2023) *fried chicken* adalah jenis makanan yang paling sering dipesan, dengan persentase pembelian sebesar 74,3% atau sebanyak 78 responden.

Makanan cepat saji banyak diminati oleh kalangan remaja, hal ini dikarenakan makanan cepat saji memiliki keunggulan berupa rasanya yang enak dan pelayanannya yang cepat (Ariestiningsih & Syarifah, 2024).

Pengonsumsian *Fast food* secara terus menerus akan berdampak terhadap kondisi kesehatan tubuh, utamanya status gizi. Status gizi merupakan suatu kondisi yang terjadi pada tubuh sebagai akibat dari konsumsi makanan dan penggunaan zat gizi (Kemenkes RI, 2022).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Kementerian Kesehatan RI, diketahui persentase status gizi *underweight* pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 5%, persentase status gizi normal pada

penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 54,6%, persentase *overweight* pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 14,6% dan persentase obesitas pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 25,8% (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018).

Status gizi yang tidak normal, baik *underweight* maupun *overweight* berkaitan erat dengan konsumsi jenis makanan yang tidak tepat. Penelitian yang dilakukan oleh (Utari, 2023) berpendapat semakin tinggi frekuensi pembelian makanan melalui *e-commerce*, maka dapat berkontribusi terhadap meningkatnya status gizi. Hal ini disebabkan pembelian makanan melalui aplikasi *food delivery* diduduki oleh *Fast food*, minuman manis dan protein hewani, serta dengan frekuensi pembelian yang sering.

Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang perguruan tinggi (Undang – Undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi). Dalam hal pemilihan makanan, pada umumnya mahasiswa lebih menyukai makanan cepat saji

dibandingkan dengan makanan sehat. Hal ini selaras dengan pendapat (Salsabila N & Wahyuningsih U, 2023) yang menyatakan bahwa makanan yang sering dipesan melalui pemesanan makanan *online* oleh mahasiswa adalah makanan cepat saji. Pemilihan *Fast food* pada mahasiswa didasari oleh berbagai faktor, seperti jadwal perkuliahan yang padat, telat bangun (kesiangan), serta malas untuk sarapan (Ranggayuni E & Aini N, 2021).

Berdasarkan studi pendahuluan berupa hasil wawancara awal yang telah dilakukan terhadap mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik menunjukkan hasil bahwa saat ini mahasiswa telah menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk memesan makanan atau minuman. Jenis aplikasi yang digunakan yaitu *ShopeeFood* dengan persentase 63,6%, *GoFood* dengan persentase 27,3% dan *GrabFood* dengan persentase 9,1%. Frekuensi pembelian makanan atau minuman oleh mahasiswa yakni 45,5% melakukan pembelian 1 bulan sekali, 18,2% melakukan pembelian setiap 1 minggu sekali, 9,1% melakukan

pemesanan setiap 4 hari sekali, 9,1% melakukan pembelian tiap 3 bulan sekali, dan 9,1% jarang sekali melakukan pembelian makanan melalui *e-commerce*.

Terdapat berbagai faktor yang melatar belakangi mahasiswa melakukan pembelian makanan melalui *e-commerce*, faktor tersebut meliputi adanya potongan harga atau promo yang ditawarkan, keterbatasan waktu, rasa makanan yang enak, adanya pengaruh dari lingkungan sosial seperti teman, dan adanya rasa malas untuk keluar rumah serta jarak rumah dan tempat makan yang cukup jauh. Sebagian besar jenis makanan yang dibeli melalui aplikasi *e-commerce* tergolong dalam makanan cepat saji, seperti mie kekinian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)*, Pemilihan Makanan terhadap Status Gizi Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik”

METODE

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian observasional dengan pendekatan metode *cross-*

sectional. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juli tahun 2024 di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik.

Jumlah dan Cara Pengambilan Subjek

Subjek penelitian ini terdiri dari 88 mahasiswa yang ditentukan menggunakan teknik proporsional random sampling dan memenuhi kriteria inklusi serta eksklusi.

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel dependen berupa pemilihan makanan dan status gizi, serta variabel independen berupa penggunaan *electronic commerce*.

Data dihimpun dengan menggunakan kuesioner penggunaan *electronic commerce*, kuesioner *Food Frequency Questionnaire* (FFQ), dan pengukuran antropometri.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan pengolahan dan analisa menggunakan SPSS versi 25 *for windows*. Karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, penggunaan *e-commerce*, pemilihan makanan dan status gizi dilakukan analisa univariat, serta disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Kemudian, dilakukan analisa bivariat menggunakan uji korelasi *spearman*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan pada 88 subjek, diketahui data karakteristik responden pada tabel 1.

Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu perempuan dengan persentase 96,6% dan berada dalam rentang usia 19 – 22 tahun dengan persentase 94,3%.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	n	%
Jenis kelamin		
Laki – laki	3	3.4
Perempuan	85	96.6
Usia		
<19	0	0
19 – 22	83	94.3
22 – 26	4	4.5
>26	1	1.1
Penggunaan <i>Electronic Commerce</i> (E-Commerce)		
Intensitas rendah: 1- 5 kali/bulan	83	94.3

Intensitas sedang: 6- 25 kali/bulan	5	5.7
Intensitas tinggi: > 25 kali/bulan	0	0
Status gizi		
Kurus berat	15	17.0
Kurus ringan	6	6.8
Normal	52	59.1
Gemuk	5	5.7
Gemuk berat	10	11.4
Makanan utama		
Jarang	11	12.5
Kadang – kadang	50	56.8
Sering	27	30.7
Makanan selingan		
Jarang	24	27.3
Kadang – kadang	52	59.1
Sering	12	13.6
Minuman		
Jarang	28	31.8
Kadang – kadang	42	47.7
Sering	18	20.5

Responden pada penelitian ini memiliki intensitas penggunaan *e-commerce* yang rendah yakni 1–5 kali/bulan (94,3%). Pembelian makanan melalui *e-commerce* dilandasi beberapa faktor, seperti menghemat waktu untuk mengantre, terdapatnya *voucher* dan promo, adanya tawaran yang menarik, keterbatasan waktu yang dimiliki, banyak pilihan makanan, pembayaran yang praktis serta adanya rasa malas untuk keluar rumah.

Pembelian makanan melalui *Electronic Commerce (e-commerce)* sedang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya mahasiswa. Berbagai faktor seperti jadwal perkuliahan yang padat, menghindari jalanan yang macet, serta adanya rasa

malas memiliki pengaruh terhadap pembelian makanan melalui *e-commerce* (Romlah, 2023). Selain itu, pembelian makanan melalui *Electronic Commerce (e-commerce)* memberikan keleluasaan untuk jenis, jumlah, dan frekuensi makanan yang akan dikonsumsi (Maretha,F dkk, 2020).

Persentase tertinggi pada status gizi diduduki oleh status gizi normal (59,1%). Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap mahasiswa dengan status gizi normal. Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kondisi status gizi seseorang, walaupun bukan menjadi penyebab langsung (Charina,et al, 2022).

Dalam kategori pemilihan makanan dan minuman, pada pemilihan makanan utama, sebagian besar responden tergolong dalam kategori kadang-kadang (56,8%). Untuk kategori makanan selingan, sebagian responden juga memilih kadang-kadang (59,1%), dan dalam kategori minuman, responden cenderung memilih kadang-kadang (47,7%).

Pemilihan makanan pada seseorang dipengaruhi oleh rasa,

penampilan, dan aroma. Hal tersebut sangat berkaitan dengan sensorik pada seseorang. Faktor sensorik menjadi salah satu hambatan dalam mengonsumsi makanan sehat, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya keterkaitan antara persepsi dan indera pada manusia (Yugharyanti, T dkk, 2024).

Hubungan Penggunaan *Electronic Commerce* Dengan Pemilihan Makanan

Tabel 2. Hubungan Penggunaan *E-Commerce* Dengan Pemilihan Makanan

Intensitas penggunaan <i>e-commerce</i>	Frekuensi pembelian			N	P	r
	Jarang	Kadang – kadang	Sering			
Kategori Makanan Utama						
Rendah	10	46	27	83	0,153	-0,154
Sedang	1	4	0	5		
Tinggi	0	0	0	0		
Kategori Makanan Selingan						
Rendah	24	47	12	83	0,541	0,066
Sedang	0	5	0	5		
Tinggi	0	0	0	0		
Kategori Minuman						
Rendah	26	40	18	84	0,771	-0,031
Sedang	2	2	0	4		
Tinggi	0	0	0	0		

Hubungan Penggunaan *E-Commerce* Dengan Pemilihan Makanan Utama

Hasil analisa pada tabel 2. Hasil uji korelasi *Spearman* menyatakan kekuatan korelasi sangat lemah ($r = -0,154$) terkait penggunaan *e-commerce* dengan pembelian

makanan utama ($p\text{-value } 0,153 > 0,005$).

Pendapat yang selaras juga menyatakan tidak terdapat korelasi terkait pemakaian fitur pesan antar makanan dengan pemilihan makanan utama (nilai signifikan $0,162 > 0,05$). Hal ini dikarenakan sebanyak 60% responden memiliki kebiasaan

mengonsumsi makanan utama ≤ 2 kali/hari. Selain itu, responden juga menyatakan sering melewatkan sarapan pagi dengan alasan tidak terbiasa untuk melakukan sarapan dan keterbatasannya waktu (Maretha, F dkk, 2020).

Hubungan Penggunaan E-Commerce Dengan Pemilihan Makanan Selingan

Sebanyak 83 subjek penelitian yang memilih makanan selingan memiliki intensitas penggunaan *e-commerce* yang rendah. Analisis menggunakan uji korelasi *spearman* menyatakan kekuatan korelasi menyatakan sangat lemah ($r = 0,066$) antara penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan makanan selingan (nilai *p value* sebesar $0,54 > 0,05$).

Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian yang menyatakan tidak didapati korelasi yang bermakna antara penggunaan aplikasi pemesanan makanan *online* dengan pemilihan jajanan (nilai signifikan $0,715 > 0,05$). Hal tersebut disebabkan, sebagian besar responden melakukan pemesanan makanan ringan atau jajanan ≤ 1 kali/hari (Maretha, F dkk, 2020).

Hubungan Penggunaan Electronic Commerce Dengan Status Gizi

Hubungan Penggunaan E-Commerce Dengan Pemilihan Minuman

Sebanyak 84 responden penelitian yang membeli minuman memiliki intensitas penggunaan *e-commerce* yang rendah. Uji korelasi *spearman* menyatakan kekuatan korelasi ($r = -0,031$) korelasi terkait penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan minuman. (nilai *p value* $0,77 > 0,05$).

Dari keseluruhan hasil di atas, diperoleh kesimpulan tidak diperoleh hubungan yang signifikan antara pemakaian *eletronic commerce* dengan pemilihan makanan, baik makanan utama, makanan selingan dan minuman.

Penelitian tersebut selaras dengan (Jahang, R dkk, 2021), yang menyatakan tidak terdapat korelasi terkait pemakaian layanan *delivery* makanan *online* dengan pengonsumsi makanan cepat saji. Penelitian yang dilakukan (Djuharyanto, 2020), menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* sebagai media pembelian makanan cepat saji masih terbatas pada kondisi sosial masyarakat tertentu.

Tabel 3. Hubungan Penggunaan *Electronic Commerce* Dengan Status Gizi

Status gizi	Intensitas Penggunaan <i>e – commerce</i>			N	p	R
	Rendah	Sedang	Tinggi			
Kurus Berat	14	1		15	0,709	0,040
Kurus ringan	5	1		6		
Normal	51	1		52		
Gemuk ringan	5			5		
Gemuk berat	8	2		10		
Total	83	5		88		

Tabel 3. menjelaskan sebagai besar responden pada penelitian ini memiliki status gizi normal. Hasil penelitian menyatakan, kekuatan korelasi ($r = 0,040$) penggunaan *Electronic Commerce* dengan status gizi (nilai signifikan $0,709 > 0,05$).

Penelitian selaras juga menyatakan tidak ditemukan korelasi yang bermakna terkait pemesanan makanan secara daring dengan status gizi (nilai $p \text{ value} > 0,05$). Dengan adanya pernyataan tersebut, dapat disimpulkan seseorang dengan status gizi lebih, tidak mesti sering memanfaatkan aplikasi *online* untuk membeli makanan (Handayani & Khomsan, 2023).

Penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa IPB juga menyatakan tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara pemesanan makanan melalui daring dengan status gizi penggunaanya (Sardi & Aries, 2023). Pendapat lain

juga menyatakan tidak diperoleh korelasi terkait frekuensi pemakaian aplikasi pesan antar makanan dan resiko obesitas pada mahasiswa di daerah jabodetabek (nilai $p \text{ value} 0,206 > 0,05$) (Stefani & Layalia, 2023).

KESIMPULAN

Dari penelitian diatas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa Mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik memiliki intensitas penggunaan *e-commerce* 1–5 kali/bulan dan tergolong dalam kategori rendah. Sebagian besar responden memiliki status gizi normal. Penelitian ini menyatakan tidak terdapat hubungan yang bermakna terkait penggunaan *e-commerce* dengan pemilihan makanan dan status gizi.

Untuk itu perlu dilakukannya *recall* untuk mengetahui kecukupan zat gizi pada subjek penelitian.

Penelitian dengan karakteristik responden yang berbeda perlu dilakukan untuk memahami perbedaan kondisi di berbagai wilayah. Pemerintah perlu menetapkan kriteria untuk makanan yang dijual melalui *e-commerce*, sehingga *e-commerce* dapat menyediakan pilihan makanan yang sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggieta, R., & Rozak, R. W. A. 2023. Analisis Perilaku Konsumsi Anak Kos Terhadap Makanan Organik Sebagai Investasi Kesehatan Jangka Panjang. *Jurnal Sosiologi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 19-24.
- Ariestingsih, E. S., & Has, D. F. S. (2024). Factors that Cause Unhealthy Eating Behavior in Generation (Gen) Z of Indonesia: a Case Study. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(2), 413-426.
- Charina, M. S., Sagita, S., Koamesah, S. M. J., & Woda, R. R. 2022. Hubungan Pengetahuan Gizi dan Pola Konsumsi dengan Status Gizi pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Nusa Cendana. *Cendana Medical Journal*, 10(1), 197-204.
- Dini, V. 2022, 06 03. *Riset: Milenial Paling Gemar Belanja Online Saat Pandemi*. Retrieved From Databoks: Di Unduh Dari [https://Databoks.Katadata.Co.I d.](https://Databoks.Katadata.Co.Id) [Diakses Tanggal 20 Maret 2024]
- Djuharyanto, T., Novia, R. A., & Sunendar, S. 2020. Determinan Minat Penggunaan E-Commerce Dalam Pembelian Makanan Siap Saji: Modifikasi Teknologi Acceptance Model (TAM)(Kasus di Kota Kecamatan Purwokerto Utara). *J-Politri) Jurnal manajemen, Keuangan, dan Komputer*, 76-85.
- Febriani, F. R., & Cahya, S. B. 2022. Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Shopee-Food (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1658-1668.
- Handayani, A. D., & Khomsan, A. 2023. Hubungan Intensitas Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan Secara *Online* Dan Status Gizi

- Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 2(1), 1-8.
- Harahap, L. A. H., Aritonang, E., & Lubis, Z. 2020. The Relationship Between Type And Frequency Of *Online* Food Ordering With Obesity In Students Of Medan Area University. *Britain International Of Exact Sciences (Bioex) Journal*, 2(1), 29-34.
- Jahang, R. S., Wahyuningsih, S., & Rahmuniyati, M. E. 2021, October. Hubungan Pengetahuan Dan Penggunaan Layanan Delivery Makanan *Online* Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Mahasiswa Gizi Universitas Respati Yogyakarta. In *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati* (Vol. 6, No. 2, Pp. 199-208).
- Jayani, D. 2019, 10 10. *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Retrieved From Databoks: Di Unduh Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. [Diakses Tanggal 20 Maret 2024].
- [Kemenkes RI] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2022. *Konsep Dasar Dan Sejarah Perkembangan Ilmu Gizi*. Retrieved From Kemkes.Go.Id: Di Unduh Dari <https://Yankes.Kemkes.Go.Id>. Di Akses Pada Tanggal 16 Maret 2024
- [Kemenkes RI] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2018. Buku Saku Pemantauan Status Gizi Tahun 2017. In D. G. Masyarakat, *Buku Saku Pemantauan Status Gizi Tahun 2017* (P. 70). Jakarta: Kemenkes Ri.
- Maretha, F. Y., Margawati, A., Wijayanti, H. S., & Dieny, F. F. 2020. Hubungan Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan *Online* Dengan Frekuensi Makan Dan Kualitas Diet Mahasiswa. *Journal Of Nutrition College*, 9(3), 160-168.
- NIDA LAYALIA, N. I. D. A. 2023. Hubungan Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan Terhadap Risiko Obesitas Pada Mahasiswa Di Daerah Jabodetabek (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Jakarta).
- Purba, M. L., Rahmat, M., Suprihartono, F. A., & Mulyo, G. P. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Terhadap Pemilihan Makanan/Minuman Melalui Aplikasi *Online* Pada Mahasiswa Poltekkes Kemenkes Bandung. *Jurnal Kesehatan Siliwangi*, 2(3), 799-810.
- Rahayu, D. 2019, Februari 19. Millennials Kecanduan Pesan Antar Makanan, Hemat Waktu Atau Malas? Retrieved From Indonesia Times: Di Unduh Dari <https://Www.Idntimes.Com>. [Diakses Tanggal 14 Maret 2024]

- Rahayu, P. 2019. Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2(01), 47-59
- Ranggayuni, E., & Nuraini, N. 2021. Faktor Yang Berhubungan Dengan Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Mahasiswa Di Institusi Kesehatan Helvetia Medan. *Jumantik (Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan)*, 6(3), 278-284.
- Romlah, U. H. 2023. The Correlation Between *Online* Food Delivery Application Use And Overweight In Students Of The Faculty Of Sports Science, Universitas Negeri Semarang. *Nutrizione: Nutrition Research And Development Journal*, 3(1), 30-39.
- Salsabilla, N., & Ningsih, U. W. 2023. Frekuensi Pembelian Makanan *Online*, Konsumsi *Fast food*, Dan Sedentary Lifestyle Dengan Status Gizi Mahasiswa Gizi Upnvj. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 2(1), 24-30.
- Sardi, L. A., & Aries, M. 2023. Intensitas Pembelian Makanan *Online* Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kualitas Diet Dan Status Gizi Mahasiswi Ipb. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 2(4), 255-263.
- Setyagustina, K., Rahmania, R. A. H. M. A. N. I. A., Joni, M., Kholik, A. B. D. U. L., & Suhitasari, W. D. 2022. Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja *Online* Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *J. Econ*, 1(3), 596-607.
- Susanti. 2021. Pola Asuh Makanan. *Bab Ii Tinjauan Pustaka*, 16.
- Susanto, F. R., Arief, M. A. K., Habibi, M. Y., Restu, L. B., & Maesaroh, S. S. 2023. Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Mahasiswa Bisnis Digital Upi. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1083-1093.
- Utari, A. P. (2023). Hubungan *Online* Food-Delivery, Keragaman Pangan, Asupan Energi Protein Terhadap Status Gizi Mahasiswi. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(4), 6405-6414.
- Yugharyanti, T. P., Fatimah, S., & Rahfiludin, M. Z. (2024). Alasan Pemilihan Makanan, Akses Pembelian Makanan, Dan Kualitas Diet Pada Mahasiswa. *Journal Of Nutrition College*, 13(1), 17-28.