

Adysti Nityasari. (2005). **Perbedaan Sikap Remaja Terhadap Makanan Siap Saji Waralaba Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Tempat Tinggal**. Skripsi Sarjana Strata 1, Surabaya: Fakultas Psikologi.

ABSTRAK

Banyak perubahan yang terjadi di era modernisasi ini termasuk perubahan pada pola mengkonsumsi makanan, baik dari segi fisik makanan itu sendiri maupun segi psikis manusia dalam mengkonsumsi makanan. Perubahan tersebut berdampak pada perubahan sikap remaja terhadap makanan siap saji waralaba khususnya. Remaja menganggap makanan siap saji waralaba sesuai dengan selera remaja karena bersifat praktis, dan cepat. Remaja perempuan dan laki-laki yang bertempat tinggal di kota dan daerah pinggiran juga memiliki peranan penting dalam bersikap terhadap makanan siap saji waralaba karena ingin mendapat pengalaman penting terhadap jenis makanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan sikap remaja terhadap makanan siap saji waralaba ditinjau dari jenis kelamin dan tempat tinggal. Subyek penelitian adalah siswa SMP Negeri 3 Surabaya dan siswa SMP Negeri 18 Kenjeran. Data dikumpulkan melalui angket sikap menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan Anakova. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan sikap remaja yang signifikan terhadap makanan siap saji waralaba ditinjau dari jenis kelamin ($F = 1.106$; $p (0.295) > 0.05$) dan tidak ada perbedaan sikap remaja yang signifikan ditinjau dari tempat tinggal ($F = 2.802$; $p (0.096) > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa subyek perempuan dan laki-laki yang bertempat tinggal di kota dan daerah pinggiran suka mengkonsumsi makanan siap saji waralaba karena praktis, cepat dan rasanya enak sesuai dengan selera remaja. Bagi orang tua khususnya ibu disarankan untuk memasak makanan yang lebih bervariasi bagi anaknya, bagi remaja agar tidak mudah terpengaruh teman, orang lain, dan media massa dalam mengkonsumsi makanan dan bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat mengungkap faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap remaja terhadap makanan siap saji waralaba seperti budaya, pekerjaan orang tua, dan usia subyek penelitian.