

BUDAYA KONSUMTIF MAKANAN JEPANG ONIGIRI DALAM KEHIDUPAN REMAJA DI KOTA GRESIK

by Sukmawati Sukmawati

Submission date: 26-Jan-2023 08:32AM (UTC+0700)

Submission ID: 1999518350

File name: Ilmu_Budaya-1621800047-Sukmawati.docx (251.87K)

Word count: 5085

Character count: 28107

BUDAYA KONSUMTIF MAKANAN JEPANG *ONIGIRI* DALAM KEHIDUPAN REMAJA DI KOTA GRESIK

Sukmawati^a, Cuk Yuana^b

^{a)} Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

^{b)} Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

Corresponding Author:

sukmawatisatriya0965@³⁹mail.com

cukyuwana@³⁹untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin maju dengan teknologi berkembang dengan pesat, dan memudahkan penyebaran informasi yang membuat budaya asing atau luar masuk ke dalam suatu negara. Terutama pengaruh budaya asing terhadap makanan menjadikan perubahan selera masyarakat Indonesia. Seperti makanan cepat saji atau fast food jenis makanan yang sudah dikemas dan praktis. Salah satu makanan praktis dalam membuat atau memakannya adalah Onigiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif. Suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskriptif suatu penelitian secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebar kuesioner berupa link secara online kepada 100 orang Responden remaja mengenai budaya konsumtif makanan Jepang Onigiri pada remaja di kota Gresik. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis skala likert dan kolerasi spearman rank. Hasil yang diperoleh data sakala likert jenis rasa onigiri yang paling disukai adalah "Onigiri Rasa Hot Tuna" disusul oleh "Onigiri Rasa Chicken Mayo" lalu "Onigiri Rasa Chicken Teriyaki" dengan angka Interpretasi 46,53% yang berarti minat responden pada onigiri dikategorikan "Tidak Suka". Hasil uji coba spearman rank dari 1 sampai 4 dari analisis diketahui Hipotesis nol (Ho) Ditolak dan Hipotesis alternatif (Ha) Diterima atau dengan kata lain bahwa pertanyaan pertama dengan pertanyaan kedua memiliki korelasi yang signifikan, berarti responden pernah mencoba makan onigiri dan mereka tidak terlalu konsumtif dalam memakan onigiri.

Kata Kunci: *Onigiri, Rasa Onigiri, Budaya Konsumtif*

44

ABSTRACT

The development of an increasingly advanced era with technology is developing rapidly, and facilitates the dissemination of information that makes foreign or foreign cultures enter a country. Especially the influence of foreign culture on food has changed the tastes of the Indonesian people. Like fast food or fast food, types of food that are easy to pack and practical. One of the practical foods in making or eating it is Onigiri. The method used in this research is a quantitative descriptive method. A method that aims to create an objective description or description of a research that uses numbers, starting from data collection, interpretation of the data as well as the appearance and results. Sample collection was carried out by

distributing questionnaires in the form of online links to 100 adolescent respondents regarding the consumer culture of Japanese Onigiri food for adolescents in the city of Gresik. In this study using the Likert scale analysis model and Spearman rank correlation. The results obtained from the Likert scale data, the most preferred type of onigiri flavor is "Onigiri Hot Tuna", followed by "Onigiri Chicken Mayo", then "Onigiri Chicken Teriyaki" with an interpretation rate of 46.53%, which means that the respondent's interest in onigiri is in the category "No. Like". The results of the Spearman rank test from 1 to 4 from the analysis show that the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted or in other words that the first question and the second question have a significant correlation, meaning that respondents have tried to eat onigiri and they are not too consumptive in eating onigiri.

Keywords: *Onigiri, Onigiri Taste, Consumptive Culture*

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin maju dengan teknologi berkembang dengan pesat, dan memudahkan penyebaran informasi yang membuat budaya asing atau luar masuk ke dalam suatu negara. Masyarakat Indonesia yang semakin terbuka dengan inovasi-inovasi baru, dengan masuknya budaya asing secara bebas dan membuat masyarakat menerima dengan mudah hal-hal dari luar. Terutama dalam kalangan remaja yang masih belum bisa memilih sesuatu secara matang. Remaja milenial menyukai sesuatu dari negara asing, apalagi sesuatu yang berhubungan dengan kegemarannya. Menjadikan budaya asing cepat menyebar dengan pesat. Usia remaja sangat rentan terhadap pengaruh budaya dari luar, sehingga cenderung mengikuti gaya kebarat-baratan. Gaya hidup para remaja juga menjadi dampak yang sangat besar dalam perubahan budaya.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh kelompok orang. Budaya dapat menjadi warisan untuk generasi ke generasi berikutnya dalam suatu anggota masyarakat tertentu. Pengaruh budaya asing ini membuat perubahan selera masyarakat Indonesia. Makanan menjadi salah satu aspek budaya sosiologi. Menurut Alexis Soyer makanan merupakan kekayaan sesungguhnya dari setiap kelompok yang ada di masyarakat.

Makanan cepat saji atau fast food adalah jenis makanan yang mudah dikemas, muda disajikan, praktis, dan diolah dengan cara sederhana dan siap makan. Menurut Hayati (2012), makanan cepat saji adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap santap. Makanan ini banyak beredar di supermarket atau restoran dengan kualitas yang rendah kepada konsumen.

Kota Gresik menjadi kota yang masih sedikit membuka restoran cepat saji makanan Jepang. Makanan Jepang hanya bias ditemukan dalam Mall dan itu hanya beberapa saja yang menjual makanan Jepang. Makan Jepang yang ada di mall seperti, sushi, Yoshinoya, dan ramen. Orang Gresik sedikit yang suka dengan makanan Jepang, hanya para remaja yang suka mengkonsumsi makanan Jepang. Walaupun hanya

beberapa persen dari mereka yang menyukai makanan Jepang. Berdasarkan latar belsksng diatas, ⁴³ dalam penelitian ini akan dibahas sebagai berikut:

1. Jenis rasa *Onigiri* yang ada di kota Gresik?
2. Bagaimana minat remaja Gresik terhadap makanan Jepang berupa *Onigiri*?
3. Bagaimana pola hidup konsumtif remaja Gresik terhadap makanan Jepang *onigiri*?

³⁶ 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode deskriptif ⁴ kuantitatif. Menurut Arikunto (2006) metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya.

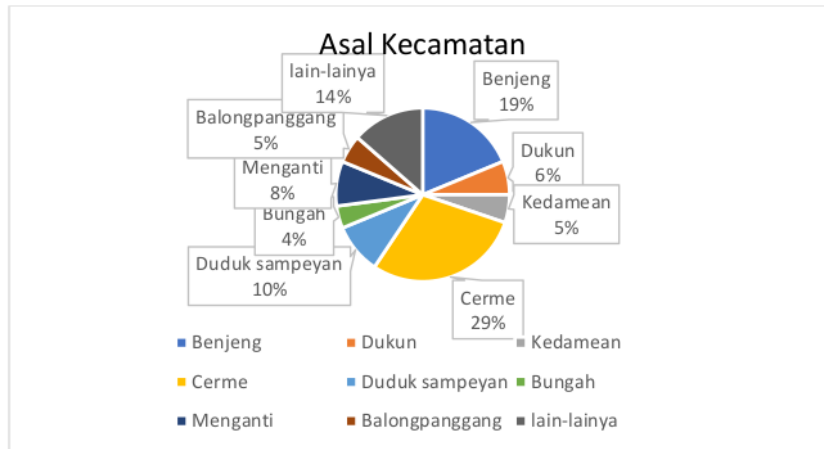
Sedangkan metode deskriptif Menurut Sugiyono (2005) ¹⁰ adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk menarik simpulan secara luas. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan ⁵ untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

3. Hasil Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online kepada responden remaja di kota Gresik mulai dari umur 12 tahun sampai 22 tahun sejumlah 100 orang. Hasil dari pengisian Responden yang dalam kurun waktu 5 hari tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1 Hasil Kuesioner

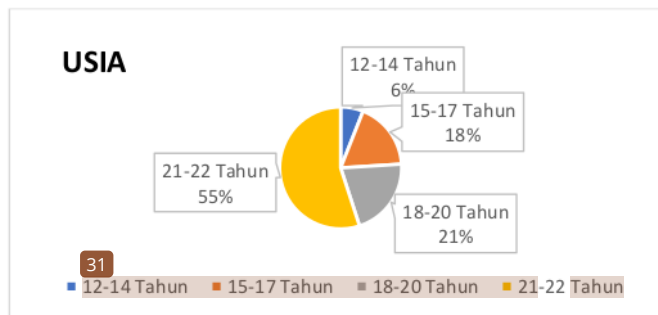
3.3.1 Asal Kota



Gambar 3.1.1. Asal Kecamatan

Dari diagram di atas terlihat bahwa responden paling banyak yang mengisi kuesioner berasal dari kecamatan Cerme dengan perolehan sebanyak 29% atau sebanyak 29 Orang. Selain kecamatan Cerme responden yang mengisi kuesioner berasal dari Benjeng, Dukun, Kedamean, Duduk sampeyan, Bungah, Menganti, Balompanggung, Driyorejo, Ujung pangkah, Kebomas, dan Manyar.

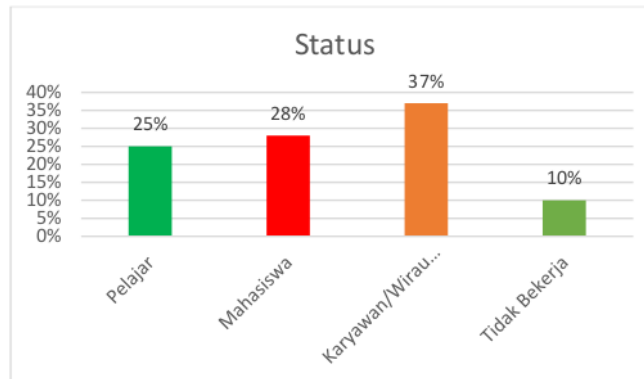
3.3.2 Usia



Gambar 3.1.2. Usia

Dari diagram di atas diketahui bahwa Usia remaja dari masing-masing Responden berbeda. Dari yang sudah dijabarkan di atas, rata-rata Responden berusia 21-22 Tahun sebanyak 55% atau sebanyak 55 orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden remaja yang berusia 21-22 Tahun.

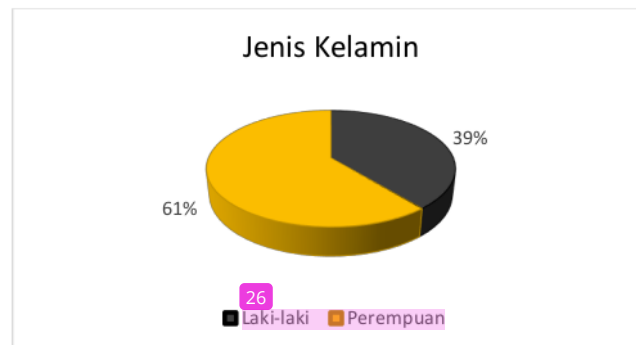
3.3.3 Status



Gambar 4.1.9 Status

Dari diagram di atas diketahui bahwa Status dari masing-masing responden berbeda, pilihan terbanyak dengan rata-rata Responden yang berstatus Karyawan/Wirausahawan sebanyak 37 orang. Hal ini membuktikan sebagian besar Responden remaja berstatus Karyawan/Mahasiswa.

3.3.4 Jenis Kelamin



Gambar 3.1.4 Jenis Kelamin

Dari diagram di atas diketahui bahwa jenis kelamin masing-masing Responden remaja berbeda, rata-rata responden remaja kebanyakan berjenis kelamin perempuan sebanyak 61% atau sebanyak 61 orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden remaja adalah Perempuan.

3.3.5 Pertanyaan Tentang Makanan Cepat Saji Jepang



Gambar 3.1.5 Pertanyaan Tentang Makanan Cepat Saji Jepang

Dari diagram di atas diketahui bahwa informasi terhadap Responden remaja yang mencoba Makanan Jepang Cepat Saji dari masing-masing berbeda, rata-rata Responden pernah mengonsumsi Makanan Jepang Cepat saji sebanyak 88% atau sebanyak 88 orang. Hal ini membuktikan sebagian besar Responden remaja pernah mencoba Makanan Jepang Cepat Saji.

3.3.6 Informasi Responden ⁴¹ Tentang Makanan Cepat Saji Onigiri



Gambar 3.1.6 Informasi Responden Tentang Makanan Cepat Saji Jepang

Dari diagram di atas diketahui bahwa informasi tentang Responden yang pernah mencoba makanan cepat saji onigiri dari masing-masing berbeda, rata-rata responden mengetahui tentang makanan cepat saji onigiri sebanyak 86% atau sebanyak 86 Orang. Hal ini membuktikan bahwa responden remaja sebagian besar pernah mengonsumsi makanan cepat saji onigiri.

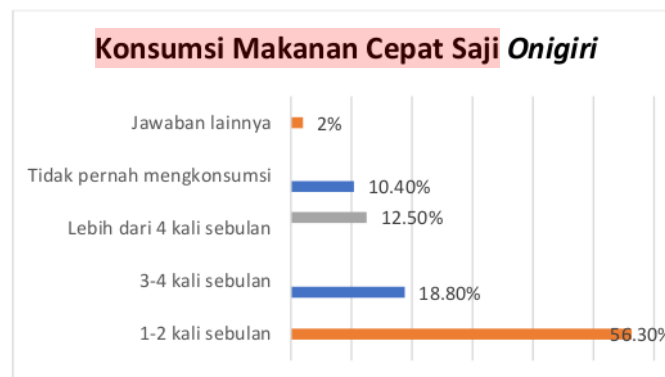
3.3.7 Pertanyaan Makanan Jepang Cepat Saji *Onigiri*



Gambar 3.1.7 Informasi Responden Tentang Makanan Cepat Saji *Onigiri*

Dari diagram di atas diketahui bahwa pengetahuan terhadap Responden remaja yang mencoba makanan cepat saji *Onigiri* berbeda, rata-rata responden mengetahui tentang makanan cepat saji *onigiri* sebanyak 91% atau sebanyak 91 Orang. Hal ini membuktikan **sebagian besar responden Mengetahui tentang makanan cepat saji *onigiri*.**

3.3.8 ¹ **Konsumsi Makanan Cepat Saji *Onigiri***

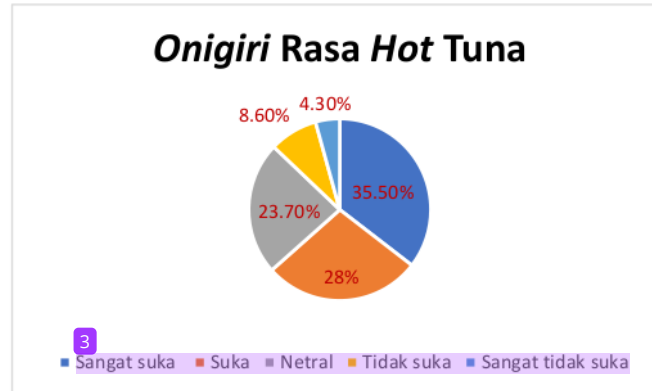


Gambar 3.1.8 Konsumsi Makanan Cepat Saji Jepang

Dari diagram di atas diketahui bahwa tentang Responden mengkonsumsi makanan cepat saji *onigiri* berbeda-beda, rata-rata Responden mengkonsumsi makanan cepat saji *onigiri* sebanyak 18,80% atau sebanyak 54 orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden mengkonsumsi makanan cepat saji *onigiri* 1-2 kali sebulan.

3.3.9 Jenis-jenis Rasa *Onigiri*

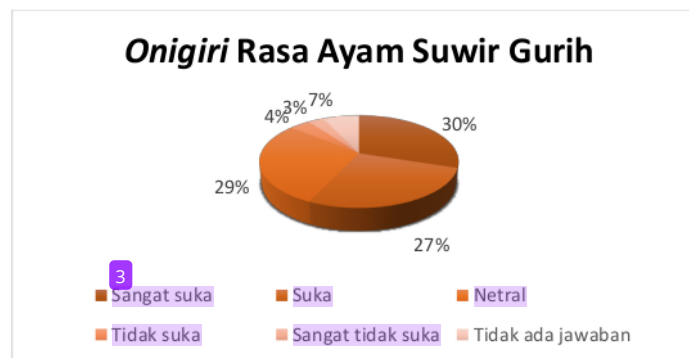
3.3.9.1. *Onigiri* Rasa Hot Tuna



Gambar 3.1.9.1 *Onigiri* Rasa Hot Tuna

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *onigiri* rasa hot tuna berbeda-beda, rata-rata Responden sangat suka dengan *onigiri* rasa hot tuna sebanyak 35,5% atau sebanyak 33 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa hot tuna.

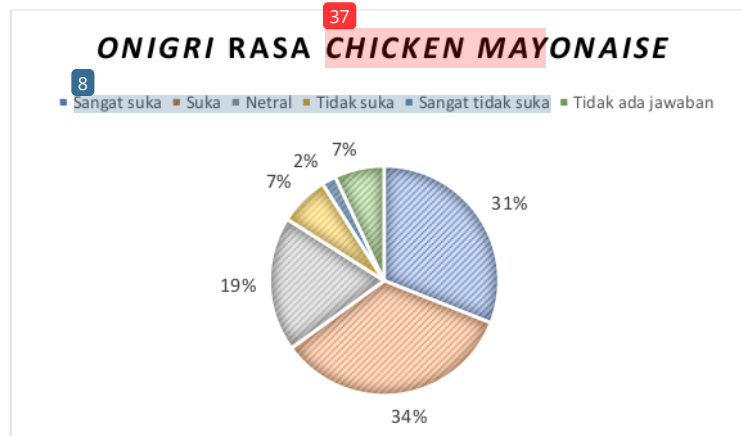
3.3.9.2. *Onigiri* Rasa Ayam Suwir Gurih



Gambar. 3.1.9.2 *Onigiri* Rasa Ayam Suwir Gurih

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *Onigiri* Rasa Ayam Suwir Gurih berbeda-beda, rata-rata Responden sangat suka dengan *onigiri* rasa ayam suwir gurih sebanyak 32,3% atau sebanyak 30 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa hot tuna.

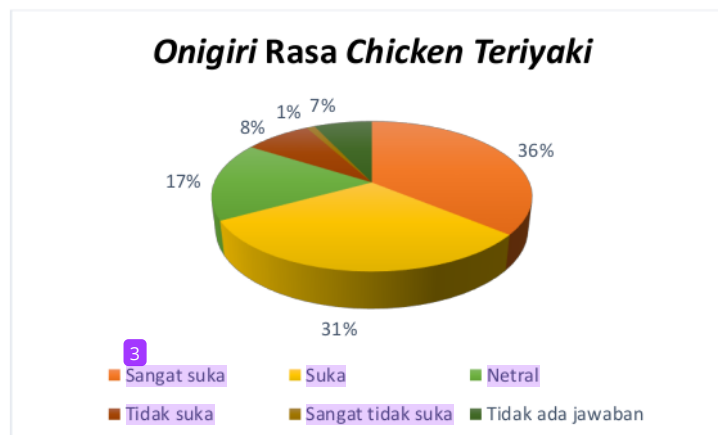
3.3.9.3. Onigiri Rasa Chicken Mayonaise



Gambar 3.1.9.3 Onigiri Rasa Chicken Mayonaise

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *onigiri* rasa *chicken mayonaise* berbeda-beda, rata-rata Responden hanya suka dengan *onigiri* rasa *chicken mayonaise* sebanyak 34% atau sebanyak 34 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa *chicken mayonaise*.

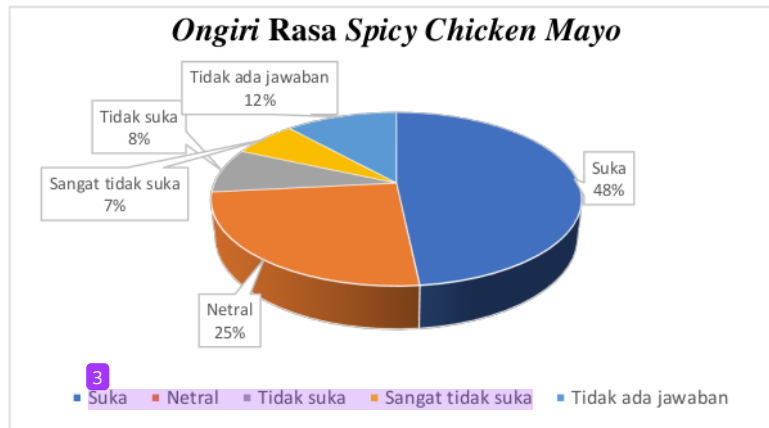
3.3.9.4. Onigiri Rasa Chicken Teriyaki



Gambar 3.1.9.4 Onigiri Rasa Chicken Teriyaki

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *onigiri* rasa *chicken teriyaki* berbeda-beda, rata-rata Responden sangat suka dengan *onigiri* rasa *chicken teriyaki* sebanyak 36% atau sebanyak 36 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa *chicken teriyaki*.

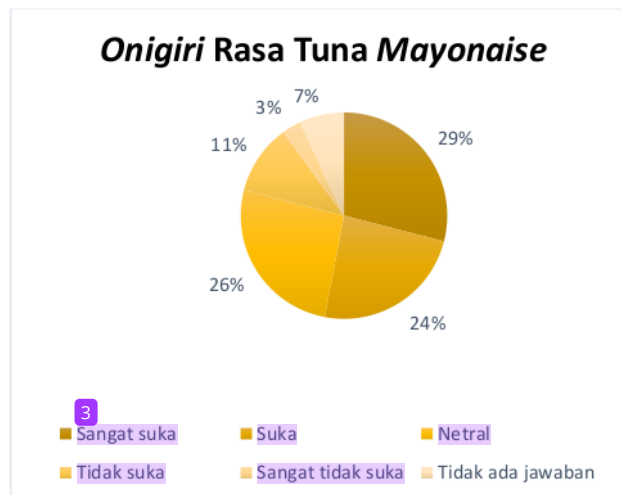
3.3.9.5. *Onigiri* Rasa *Spicy Chicken*



Gambar 3.1.9.5 *Onigiri* Rasa *Spicy Chicken*

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *onigiri* rasa *spicy chicken mayo* berbeda-beda, rata-rata Responden sangat suka dengan *onigiri* rasa *spicy chicken mayo* sebanyak 40% atau sebanyak 40 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa *spicy chicken mayo*.

3.3.9.6. *Onigiri* Rasa Tuna *Mayonaise*



Gambar 3.1.9.6 Onigiri Rasa Tuna Mayonaise

Dari diagram di atas diketahui bahwa Rasa suka responden terhadap *onigiri* rasa *tuna mayonaise* berbeda-beda, rata-rata Responden sangat suka dengan *onigiri* rasa *Tuna Mayonaise* sebanyak 29% atau sebanyak 29 Orang. Hal ini membuktikan sebagian besar responden menyukai *onigiri* rasa *tuna mayonaise*.

3.2 Analisis Data

3.2.1. Skala Likert

No	Nama	Jumlah Responden					
		SS	S	N	TS	STS	TAJ
1	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Hot Tuna</i>	35	28	23	8	4	7
2	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Ayam Suwir Gurih</i>	30	27	29	4	3	7
3	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Chicken Mayonaise</i>	31	34	19	7	2	7
4	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Chicken Teriyaki</i>	36	31	17	8	1	7
5	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Spicy Chicken Mayo</i>	40	29	15	5	4	7
6	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Tuna Mayonaise</i>	29	24	26	11	3	7

Tabel 3.2.1. Total Jawaban Responden

Setelah mengetahui hasil kuesioner, maka cara mencari minat Remaja Gresik terhadap makanan Jepang cepat saji *onigiri* dan rank jenis rasa *onigiri* sebagai berikut:

No	Nama	SS	S	N	TS	STS	TAJ	Total Skor	Rank
		x6	x5	x4	x3	x2	x1		
1	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Hot Tuna</i>	210	140	92	24	8	7	481	1
2	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Ayam Suwir Gurih</i>	180	135	116	12	6	7	456	4
3	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Chicken Mayonaise</i>	186	170	76	21	4	7	464	5
4	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Chicken Teriyaki</i>	216	155	68	24	2	7	472	3
5	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Spicy Chicken Mayo</i>	240	145	60	15	8	7	475	2
6	<i>Onigiri</i> Rasa <i>Tuna Mayonaise</i>	174	120	104	33	6	7	444	6

Tabel 3.2.2. Skala Likert

Keterangan

¹⁷ Sangat Suka (SS)	= Skor 6
Suka (S)	= Skor 5
Netral (N)	= Skor 4
Tidak Suka (TS)	= Skor 3
Sangat Tidak Suka (STS)	= Skor 2
Tidak Ada Jawaban (TAJ)	= Skor 1

²³ Rumus: $T \times P_n$

T = Total jumlah responden yang memilih

P_n = Pilihan angka skor likert

$T \times P_n$

Total jumlah responden \times Pilihan angka skor likert

100 \times Pilihan angka skor likert

100 \times (481+456+464+472+475+444)

100 \times 2792

= 2792

Jadi jumlah total skor yang sudah dihitung dengan rumusan $T \times P_n$ di atas yakni 2768 skor.

Setelah mengetahui total skor yang sudah di hitung dengan rumus $T \times P_n$, selanjutnya kita harus menghitung **Interprestasi Skor Perhitungan**. Interpretasi Skor Perhitungan ini berfungsi menentukan skor tertinggi dan terendah dari hasil skor likert yang ditetapkan pada setiap rasa. Dengan itu ¹⁵ diketahui skor tertinggi (Y) dan skor terendah (X) untuk item penelitian dengan rumus sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi (Y)

$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

$$Y = 6 \times 100 = 600$$

$$Y = 600$$

Mencari skor terendah (X),

⁴²
 $X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

$$X = 1 \times 100 = 100$$

$$X = 100$$

²⁹
Jadi jumlah skor tertinggi untuk item sangat setuju adalah $6 \times 100 = 600$, sedangkan skor terendah untuk item tidak ada jawaban adalah $1 \times 100 = 100$.

Jika semua total responden diperoleh 100, maka penilaian interpretasi terhadap konsumtif makanan Jepang *Onigiri* dalam kehidupan remaja Gresik adalah dengan menghitung hasil menggunakan rumusan indeks %.

¹¹
Pra Penyelesaian

Sebelum penyelesaian akhir harus diketahui interval (rentang jarak) dan interpretasi persen agar mengetahui penilaian dengan metode mencari interval skor persen (I). dengan Rumusan Interval berikut,

$$I = \frac{100}{\text{skor item tertinggi likert}}$$

$$I = \frac{100}{6}$$

$$I = \frac{100}{6}$$

$$I = 16,67$$

Jadi hasil Interpretasi yang sudah dihitung dimulai dari 16,67%. Berikut kriteia interpretasi skor berdasarkan interval:

0% - 16,67% Tidak Ada Jawaban

16,68% - 33,35% Sangat Tidak Suka

33,36% - 50,03% Tidak Suka

50,04% - 66,71% Netral

66,72% - 83,39% Suka

83,40% - 100% Sangat Suka

Selesai mengetahui kriteria interpretasi skor interval yang sudah diurutkan, selanjutnya menghitung hasil menggunakan rumusan indeks %. Dengan rumusan

Penyelesaian Akhir

Total Skor / Y × 100

$$I = \frac{\text{Total Skor}}{\text{skor tertinggi item (Y)}} \times 100$$

$$I = \frac{2792}{\text{skor tertinggi item (Y)}} \times 100$$

$$I = \frac{2792}{600} \times 100$$

$$I = 46,53 \times 100$$

$$I = 46,53\%$$

Jadi penilaian Interpretasi Responden terhadap konsumtif makanan Jepang *onigiri* dalam kehidupan remaja Gresik dengan hasil hitung yaitu 46,53%. Menunjukkan Interpretasi Responden berada pada katagori Tidak Suka.

3.2.2. Spearman Rank

Spearman rank ini untuk mengukur seringnya mengkonsumsi makanan Jepang cepat saji (Xi) dengan pertanyaan seberapa seringnya mengkonsumsi makanan *onigiri* (Yi) sebagai berikut:

48

No	Seberapa sering anda mengkonsumsi makanan Jepang cepat saji	Xi	Seberapa sering anda mengkonsumsi makanan <i>onigiri</i>	Yi	Peringkat (Xi)	Peringkat (Yi)	d_i	d_i^2
----	---	----	--	----	----------------	----------------	-------	---------

45 1	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
2	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
3	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
4	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
5	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
6	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
7	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
8	1-2 kali sebulan	2	Tidak terlalu sering	1	59.456	97.5	-38.044	1447.346
9	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
10	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
11	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
12	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
13	1-2 kali sebulan	2	Tidak pernah mengkonsumsi	2	59.456	89.5	-30.044	902.6419
14	1-2 kali sebulan	2	jika ingin	1	59.456	97.5	-38.044	1447.346
15	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
16	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
17	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
18	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
19	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
20	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
21	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
22	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
23	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
24	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936

25	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
26	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
27	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
28	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
29	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
30	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
31	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
32	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
33	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
34	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
35	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
36	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
37	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
38	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
39	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
40	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
41	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
42	Tidak pernah mengkonsumsi	1		1	95	97.5	-2.5	6.25
43	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
44	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
45	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
46	Tidak pernah mengkonsumsi	1		1	95	97.5	-2.5	6.25
47	1-2 kali sebulan	2	Tidak pernah mengkonsumsi	2	59.456	89.5	-30.044	902.6419
48	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25

49	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
50	1-2 kali sebulan	2	Tidak pernah mengkonsumsi	2	59.456	89.5	-30.044	902.6419
51	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
52	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
53	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
54	1-2 kali sebulan	2	3-4 kali sebulan	4	59.456	21.5	37.956	1440.658
55	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
56	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
57	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
58	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
59	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
60	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
61	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
62	3-4 kali sebulan	3	Lebih dari 4 kali sebulan	5	22.5	6.5	16	256
63	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
64	lebih dari 4 kali sebulan	4	1-2 kali sebulan	3	14.83	57.5	-42.67	1820.729
65	Tidak pernah mengkonsumsi	1		1	95	97.5	-2.5	6.25
66	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
67	Tidak pernah mengkonsumsi	1		1	95	97.5	-2.5	6.25
68	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
69	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
70	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
71	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
72	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936

73	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
74	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
75	Tidak pernah mengkonsumsi	1	Tidak pernah mengkonsumsi	2	95	89.5	5.5	30.25
76	1-2 kali sebulan	2	3-4 kali sebulan	4	59.456	21.5	37.956	1440.658
77	1-2 kali sebulan	2	3-4 kali sebulan	4	59.456	21.5	37.956	1440.658
78	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
79	lebih dari 4 kali sebulan	4	3-4 kali sebulan	4	14.83	21.5	-6.67	44.4889
80	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
81	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
82	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
83	3-4 kali sebulan	3	1-2 kali sebulan	3	22.5	57.5	-35	1225
84	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
85	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
86	3-4 kali sebulan	3	Lebih dari 4 kali sebulan	5	22.5	6.5	16	256
87	1-2 kali sebulan	2	3-4 kali sebulan	4	59.456	21.5	37.956	1440.658
88	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
89	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
90	1-2 kali sebulan	2	3-4 kali sebulan	4	59.456	21.5	37.956	1440.658
91	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
92	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
93	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
94	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
95	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
96	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889

97	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
98	3-4 kali sebulan	3	3-4 kali sebulan	4	22.5	21.5	1	1
99	lebih dari 4 kali sebulan	4	Lebih dari 4 kali sebulan	5	14.83	6.5	8.33	69.3889
100	1-2 kali sebulan	2	1-2 kali sebulan	3	59.456	57.5	1.956	3.825936
							0	$\sum d_i^2$ 23655.58

Tabel 3.2.3. Spearman Rank untuk mengukur konsumsi makanan Jepang cepat saji dengan seringnya konsumsi makanan *onigiri*

Dari tabel di atas nilai X_i didapatkan dari pertanyaan "Seberapa sering anda mengkonsumsi makanan Jepang Cepat Saji". Ada empat jenis macam jawaban yakni "Lebih dari 4 kali sebulan", "3-4 kali sebulan", "1-2 kali sebulan" dan "Tidak pernah mengkonsumsi". Jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" mendapatkan nilai tertinggi yakni nilai 4, jawaban "3-4 kali sebulan" mendapatkan nilai 3, jawaban "1-2 kali sebulan" mendapatkan nilai 2, sedangkan jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" mendapatkan nilai terendah yakni nilai 1.

Nilai Y_i didapatkan dari pertanyaan "Seberapa sering anda mengkonsumsi makanan *onigiri*". Ada empat jenis macam jawaban yakni "Lebih dari 4 kali sebulan", "3-4 kali sebulan", "1-2 kali sebulan", "Tidak pernah mengkonsumsi" dan "Jawaban lainnya". Jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" mendapatkan nilai tertinggi yakni nilai 5, jawaban "3-4 kali sebulan" mendapatkan nilai 4, jawaban "1-2 kali sebulan" mendapatkan nilai 3, jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" mendapatkan nilai 2 dan "Jawaban lainnya" mendapatkan nilai terendah yakni nilai 1.

Peringkat X_i dapat dicari dengan nilai X_i paling tinggi mendapatkan peringkat pertama dan begitu juga seterusnya. Pada nilai X_i jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" mendapatkan nilai 4, maka peringkat pertama jatuh kepada jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan". Kemudian disusul dengan peringkat kedua yakni jawaban "3-4 kali sebulan" dengan nilai 3. Peringkat ketiga yakni jawaban "1-2 kali sebulan" dengan nilai 2 dan peringkat terakhir dengan yakni jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" dengan nilai 1. Nilai X_i yang memiliki peringkat yang sama, maka peringkat tersebut dapat diuraikan dengan cara berikut :

- a. Jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan Jepang cepat saji memiliki 12 peringkat maka :

$$1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12 = 78$$

$$78: 12 = 6,5$$

Maka pada jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" peringkat Xi akan diberikan nilai 6,5.

- b. Jawaban "3-4 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan Jepang cepat saji memiliki 20 peringkat maka :

$$13+14+15+16+17+18+19+20+21+22+23+24+25+26+27+28+29+30+31+32 = 450$$

$$450: 20 = 22,5$$

Maka pada jawaban "3-4 kali sebulan" peringkat Xi akan diberikan nilai 22,5.

- c. Jawaban "1-2 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan Jepang cepat saji memiliki 57 peringkat maka :

$$33+34+35+36+37+38+39+40+41+42+43+44+45+46+47+48+49+50+51+52+53+54+55+56+57+58+59+60+61+62+63+64+65+66+67+68+69+70+71+72+73+74+75+76+77+78+79+80+81+82+83+84+85+86+87+88+89 = 3389$$

$$3389: 57 = 59,456$$

Maka pada jawaban "1-2 kali sebulan" peringkat Xi akan diberikan nilai 59,456.

- d. Jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" makanan Jepang cepat saji memiliki 11 peringkat maka:

$$90+91+92+93+94+95+96+97+98+99+100 = 1045$$

$$1045: 11 = 95$$

Maka pada jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" peringkat Xi akan diberikan nilai 95.

Peringkat Yi dapat dicari dengan nilai Yi paling tinggi mendapatkan peringkat pertama dan begitu juga seterusnya. Pada nilai Yi jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" mendapatkan nilai 5, maka peringkat pertama jatuh kepada jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan". Kemudian disusul dengan peringkat kedua yakni jawaban "3-4 kali sebulan" dengan nilai 4. Peringkat ketiga yakni jawaban "1-2 kali sebulan" dengan nilai 3. Peringkat keempat yakni jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" dengan nilai 2 dan peringkat terakhir yakni "Jawaban lainnya" dengan nilai 1. Nilai Yi yang memiliki peringkat yang sama, maka peringkat tersebut dapat diuraikan dengan cara berikut :

- e. Jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan *onigiri* memiliki 12 peringkat maka :

$$1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12 = 78$$

$$78: 12 = 6,5$$

Maka pada jawaban "Lebih dari 4 kali sebulan" peringkat Yi akan diberikan nilai 6,5.

- f. Jawaban "3-4 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan *onigiri* memiliki 18 peringkat maka :

$$13+14+15+16+17+18+19+20+21+22+23+24+25+26+27+28+29+30 = 387$$

$$387: 18 = 21,5$$

Maka pada jawaban "3-4 kali sebulan" peringkat Yi akan diberikan nilai 21,5.

- g. Jawaban "1-2 kali sebulan" sering mengkonsumsi makanan *onigiri* memiliki 54 peringkat maka :

$$31+32+33+34+35+36+37+38+39+40+41+42+43+44+45+46+47+48+49+50+51+52+53+54+55+56+57+58+59+60+61+62+63+64+65+66+67+68+69+70+71+72+73+74+75+76+77+78+79+80+81+82+83+84 = 3105$$

$$3105: 54 = 57,5$$

Maka pada jawaban "1-2 kali sebulan" peringkat Yi akan diberikan nilai 57,5.

- h. Jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" sering mengkonsumsi makanan *onigiri* memiliki 10 peringkat maka :

$$85+86+87+88+89+90+91+92+93+94 = 895$$

$$895: 10 = 89,5$$

Maka pada jawaban "Tidak pernah mengkonsumsi" peringkat Yi akan diberikan nilai 89,5.

- i. Jawaban "Jawaban liannya" konsumsi makanan *onigiri* memiliki 6 peringkat maka :

$$95+96+97+98+99+100 = 585$$

$$585: 6 = 97,5$$

Maka pada jawaban "Jawaban liannya" peringkat Yi akan diberikan nilai 97,5.

Setelah menemukan peringkat Xi dan nilai Yi, maka dicarilah d_i dengan cara, $d_i =$ peringkat Xi – Yi. Kemudian setelah nilai d_i telah ditemukan maka nilai, tersebut akan dikuadratkan. Hasil d_i^2 ditotal sehingga

mendapatkan nilai $\sum d_i^2 = 23655,58$. Selanjutnya nilai $\sum d_i^2$ yang telah diperoleh dari hitungan dalam tabel kolom terakhir dimasukkan dalam rumus korelasi spearman rank, sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

$$\text{koefisien korelasi spearman rank} = 1 - \frac{6 \sum \text{beda antara pengamatan berpasangan}}{\text{total pengamatan}(\text{total pengamatan}^2 - 1)}$$

ρ = koefisien korelasi spearman rank

d_i^2 = beda antara dua pengamatan berpasangan

n = total pengamatan

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{6 \times 23655,58}{100(100^2-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{141933,48}{100(10000-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{141933,48}{100(9999)}$$

$$\rho = 1 - \frac{141933,48}{999900}$$

$$\rho = 1 - 0,141$$

$$\rho = 0,859$$

Sebagai interpretasi, angka ini perlu dibandingkan dengan tabel nilai-nilai ρ (ρ). Dari tabel nilai-nilai ρ terlihat bahwa nilai $n = 100$, dengan derajat kesalahan 5% = 0,195 dan untuk 1% = 0,256. Sedangkan pada hasil $\rho = 0,859$ dapat diuraikan sebagai berikut:

Derajat kesalahan 5%: $0,195 \geq 0,859$

Derajat kesalahan 1%: $0,256 \geq 0,859$

Hal ini berarti Ditolak H_0 dan Diterima H_a .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis nol (H_0) Ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) Diterima atau dengan kata lain bahwa pertanyaan 1 (X_i) dan pertanyaan 2 (Y_i) memiliki hubungan yang signifikan.

4. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan sejumlah 100 responden remaja di kota Gresik. ⁴⁶ Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden dengan usia 21-22 tahun, berjenis kelamin Perempuan 61%, berstatus Karyawan/Wirausahawan dengan nilai presentase 37% dan banyak yang berasal dari kecamatan Cerme. Responden sangat suka makanan Jepang dengan presentase 41,4%. 91% responden kenal dengan makanan *onigiri*. 86% responden remaja pernah memakan *onigiri*. Responden remaja kenal dengan makanan *onigiri* dan mengonsumsi 1-2 kali dalam sebulan. jenis rasa *onigiri* yang paling disukai adalah "Onigiri rasa Hot Tuna".

Konsumsi makanan Jepang *onigiri* pada remaja Gresik terbilang sangat sedikit. Mereka hanya mengonsumsi 1-2 kali dalam sebulan yang berada di taraf biasa saja. Dari jumlah 100 responden remaja, mereka juga memilih mengonsumsi makanan Jepang cepat saji dalam 1-2 kali sebulan. Semua itu menunjukkan bahwa remaja Gresik tidak terlalu konsumtif terhadap makanan Jepang cepat saji khususnya *onigiri*.

Interpretasi Responden berdasarkan skala likert 46,53% yang berarti minat responden pada *onigiri* dikategorikan "Tidak suka". Uji coba dari 1 sampai 4 dari analisis dengan spearman rank diketahui bahwa Hipotesis nol (Ho) Ditolak dan Hipotesis alternatif (Ha) Diterima dengan kata lain bahwa pertanyaan pertama dengan pertanyaan kedua memiliki Kolerasi yang signifikan, berarti responden tidak hanya mengetahui *onigiri* tetapi juga pernah mencobanya.

Daftar Pustaka

Andari, Adeline, Ryan dan Alifah. 2022. Efek Budaya Asing Dan Iklan Mempengaruhi Gaya Konsumtif Terhadap Produk Kuliner Jepang. Universitas 17 Agustus 1945.

²⁸ Galuh, P.H.S. 2017. Persepsi Dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional Dan Makanan Modern.

¹⁹ Irmiana, Ester, Anita Trisiana dan Calista Salsabila. 2021. Upaya Mengatasi Pengaruh Negatif Budaya Asing Terhadap Generasi Muda di Indonesia dalam *Dinamika Sosial Budaya Volume 23* (pp 148-160). Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Mulyadi, Iriyanto, Reny, Yuliana, dan Sri Sudarsih. 2018. Pengenalan Onigiri Dan Proses Pembuatannya. Universitas Diponegoro.

⁹
Nurdiansyah, Rachmat. 2019. *Budaya Pola Makanan Cepat Saji dalam Kehidupan Remaja Jakarta (Studi Kasus: Franchise KFC)*. Other thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

⁶
Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. 2021. "Jumlah Penduduk Kabupaten Gresik Hasil Sensus Penduduk " [https://gresikkab.bps.go.id/pressrelease/2021/01/27/88/jumlah-penduduk-kabupaten-gresik-hasil-sensus-penduduk-2020--sp-2020--sebesar-1-311-215orang-.html#:~:text=Publikasi,Jumlah%20Penduduk%20Kabupaten%20Gresik%20Hasil%20Sensus%20Penduduk%202020,2020\)%%20sebesar%201.311.215%20orang](https://gresikkab.bps.go.id/pressrelease/2021/01/27/88/jumlah-penduduk-kabupaten-gresik-hasil-sensus-penduduk-2020--sp-2020--sebesar-1-311-215orang-.html#:~:text=Publikasi,Jumlah%20Penduduk%20Kabupaten%20Gresik%20Hasil%20Sensus%20Penduduk%202020,2020)%%20sebesar%201.311.215%20orang) (Diakses pada tanggal 13 Desember 2021)

¹²
Binus University, 2021. "Memahami Skala Likert dalam Penelitian Ilmiah" <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/> (Diakses pada tanggal 02 Oktober 2022)

Dickson, Kho. 2022. "Pengertian Skala Likert (Likert Scale) dan Menggunakannya" [Pengertian Skala Likert dan Cara Menggunakan Skala Likert \(teknikelektronika.com\)](https://teknikelektronika.com/pengertian-skala-likert-dan-cara-menggunakan-skala-likert/) (Diakses pada tanggal 10 November 2022)

¹⁸
Iftitah, N.L. 2022. "Pengertian Penelitian Kuantitatif, Karakteristik dan Jenisnya" <https://katadata.co.id/iftitah/ekonopedia/6295749c7fdd7/pengertian-penelitian-karakteristik-dan-jenisnya> (Diakses pada tanggal 11 Oktober 2022)

⁸
Klik Indomart, 2022. "Harga Varian Onigiri Indomart yang Nikmat" [Pengertian Skala Likert dan Cara Menggunakan Skala Likert \(teknikelektronika.com\)](https://teknikelektronika.com/pengertian-skala-likert-dan-cara-menggunakan-skala-likert/) (Diakses pada tanggal 19 September 2022)

¹³
Sampoerna University, 2022. "Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan dan Contoh" <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/> (Diakses pada tanggal 02 Oktober 2022 Pukul 19.09WIB)

BUDAYA KONSUMTIF MAKANAN JEPANG ONIGIRI DALAM KEHIDUPAN REMAJA DI KOTA GRESIK

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	1%
2	pramukakwarranjatinegara.blogspot.com Internet Source	1%
3	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
4	www.jurnal.iailm.ac.id Internet Source	1%
5	www.researchgate.net Internet Source	1%
6	cdn.repository.uisi.ac.id Internet Source	1%
7	snit-polbeng.org Internet Source	1%
8	teknikelektronika.com Internet Source	1%
9	journal.unesa.ac.id Internet Source	<1%

10	Submitted to Universitas Persada Indonesia Y.A.I Student Paper	<1 %
11	e-journal.polsa.ac.id Internet Source	<1 %
12	trilogi.ac.id Internet Source	<1 %
13	sipora.polije.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
15	cloud-bkip.dephub.go.id Internet Source	<1 %
16	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
17	Dhea Octaviani Sumaila, Joachim N. K. Dumais, Ellen G. Tangkere. "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK SHARE TEA DI MANADO TOWN SQUARE 3 KOTA MANADO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2018 Publication	<1 %
18	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %

19	jptam.org Internet Source	<1 %
20	laboratoriumpendidikan2021.blogspot.com Internet Source	<1 %
21	repositorio.uta.edu.ec Internet Source	<1 %
22	Dwi Kholivah Setianingsih, Sana Prabowo. "Pengaruh Kompetensi Pegawai Terhadap Pelayanan Publik di Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan", Indonesian Governance Journal : Kajian Politik-Pemerintahan, 2019 Publication	<1 %
23	repository.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
24	ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1 %
25	jhouseactivity.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<1 %
27	www.wartajurnal.com Internet Source	<1 %
28	bajangjournal.com Internet Source	<1 %

<1 %

29

jim.unsyiah.ac.id

Internet Source

<1 %

30

journal.untar.ac.id

Internet Source

<1 %

31

jurnal-sosioekotekno.org

Internet Source

<1 %

32

repository.ubaya.ac.id

Internet Source

<1 %

33

repository.uia.ac.id

Internet Source

<1 %

34

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

35

ejurnal.untag-smd.ac.id

Internet Source

<1 %

36

docobook.com

Internet Source

<1 %

37

issuu.com

Internet Source

<1 %

38

jurnal.fkip.unila.ac.id

Internet Source

<1 %

39

repo.unsrat.ac.id

Internet Source

<1 %

40 Dimas Pangestu. "Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile", JURNAL MUAMALAT INDONESIA - JMI, 2022
Publication <1 %

41 Evie Soviyati, Siti Nurjannah. "Hubungan Pengetahuan Makanan Cepat Saji (Fast Food) Dengan Kejadian Dismenorhoe Pada Siswi Kelas VII di SMPN 2 Jalaksana Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan Tahun 2018", Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, 2019
Publication <1 %

42 journal.piksi.ac.id
Internet Source <1 %

43 repository.ar-raniry.ac.id
Internet Source <1 %

44 repository.mercubuana.ac.id
Internet Source <1 %

45 repository.uin-suska.ac.id
Internet Source <1 %

46 repository.unmuha.ac.id
Internet Source <1 %

47 shovyablog.wordpress.com
Internet Source <1 %

48 www.scribd.com
Internet Source <1 %

49

Rosalia Sonya Jahang, Siti Wahyuningsih, Merita Eka Rahmuniyati. "Hubungan Pengetahuan dan Penggunaan Layanan Delivery Makanan Online Konsumsi Makanan Cepat Saji pada Mahasiswa Gizi Universitas Respati Yogyakarta", Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati, 2021

Publication

<1 %

50

lookforscience.wordpress.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off