

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

SMA Swasta Al-Husna adalah sebuah sekolah SMA Swasta yang beralamat di Jl. Pelajar Pasar III Marindal 1, Kec Patumbak Kab. Deli Serdang. SMA swasta ini pertama kali berdiri pada tahun 1945. Saat ini SMA Al-Husna Patumbak memakai panduan kurikulum belajar pemerintah yaitu SMA 2013 IPS. SMA Al-Husna Patumbak dikepalai oleh seorang kepala sekolah bernama Syafrizal dan Operator sekolah Ayu Ardianti. SMA Al-Husna Patumbak memiliki akreditasi grade B dengan nilai 84 (akreditasi tahun 2018) dari BAN-S/M (Badan Akreditasi Nasional) Sekolah/Madrasah. Jumlah guru yang mengajar di SMA Al-Husna ada 9 orang. Jumlah Siswa dan Siswi yang bersekolah di SMA Al-Husna berjumlah 83 siswa dengan kelas 10 berjumlah 31 siswa, kelas 11 berjumlah 28 siswa, dan kelas 12 berjumlah 24 siswa. SMA Al-Husna memiliki 3 buah ruang kelas, 1 perpustakaan, 1 laboratorium computer, ruang ibadah, ruang pertemuan aula, gudang, uks, Lapangan Olahraga, ruang administrasi dan kantin sekolah. Di SMA Al-Husna memiliki sanitasi (Toilet) sebanyak 2 toilet guru dan 2 toilet untuk siswa.

SMA Al-Husna memiliki Visi, Misi dan Tujuan :

A. Visi SMA Swasta Al-Husna

1. Pengembangan sumber daya Pendidikan yang bertaqwa dan berakhlakul karimah
2. Pengembangan prestasi akademik dan non akademik
3. Pengembangan IPTEK bagi segenap warga sekolah

4. Peningkatan jumlah kelulusan masuk perguruan tinggi negeri pilihan

B. Misi SMA Swasta Al-Husna

1. Berakhlaqul karimah dan kedisiplinan diri.
2. Meningkatkan layanan Pendidikan dan pembelajaran secara professional guna mewujudkan sekolah kategori mandiri berdasarkan 8 standar nasional Pendidikan.
3. Meningkatkan kualitas Pendidikan dengan mengintegrasikan nilai-nilai ajaran islam dan IPTEK guna mencapai keunggulan bidang akademik, dan non akademik.
4. Meningkatkan peran stakeholder Pendidikan dalam peningkatan kualitas Pendidikan dan pebelajaran.

C. Prestasi yang pernah di raih SMA Swasta Al-Husna

1. Juara I Open Internasional Lampung 2019 Cabang Pancak Silat
2. Juara II POSPENAS 2019 Cabang Pancak Silat
3. Juara III OLIMPIADE IPA dan SAINS 2019
4. Juara I, II, III O2SN Kab. Deli Serdang 2019 Cabang Pancak Silat
5. Juara Umum II Kejumas Tapak Suci Pesantren Cabang SUMBAR 2019

D. Kegiatan Ekstrakurikuler SMA Swasta Al-Husna

1. Pramuka
2. Seni Bela Diri/Pancak Silat
3. Pidato
4. Seni membaca Al-Quran/Tilawah
5. Olahraga
6. Sastra dan teater

4.1.2 Analisis Univariat

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi dan Presentase Karakteristik Responden

Umur	Frekuensi	Presentase (%)
16 Tahun	40	48.2
17 Tahun	33	39.8
18 Tahun	10	12
Total	83	100
Kelas		
Kelas 1	31	37.3
Kelas 2	28	33.7
Kelas 3	24	28.9
Total	83	100
Jenis Kelamin		
Laki-laki	47	56.6
Perempuan	36	43.4
Total	83	100
Riwayat Diabetes Keluarga		
Ada	18	21.7
Tidak Ada	65	78.3
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa responden usia 16 tahun yang berjumlah 40 orang (48.2%) merupakan usia responden terbanyak pada penelitian ini, dan 17 tahun 33 orang (39.8%) serta 18 tahun 10 orang (12%). Pada tabel diatas juga menjelaskan anak kelas 1 tingkat SMA merupakan responden terbanyak dengan jumlah 31 orang (37.3%), Kelas 2 tingkat SMA 28 orang (33.7%) dan kelas 3 SMA 24 orang (28.9%). Data di atas semakin memperjelas bahwa, dengan 47 peserta (56,6%) dan 36 peserta (43,4%), hal ini tidak menjadi mayoritas tanggapan penelitian. Lalu diketahui pada responden bahwa tidak ada riwayat diabetes dalam keluarga sebesar 65 orang (78.3%) dan responden yang mengetahui ada riwayat diabetes keluarga sebesar 18 orang (21.7%).

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi dan Presentase Konsumsi Minuman Manis

Konsumsi Minuman Manis	Frekuensi	Presentase
Cukup	25	30.1
Berlebih	58	69.9
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang memiliki kecenderungan konsumsi minuman manis paling tinggi adalah responden yang berperilaku minum yang berlebih sebesar 58 orang (69.9%) dan berperilaku cukup 25 orang (30.1 %).

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Pengetahuan

Pengetahuan	Frekuensi	Presentase (%)
Baik	25	30.1
Kurang Baik	58	69.9
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang memiliki pengetahuan baik pada penelitian ini yang berjumlah sebesar 25 orang (30.1%) dan kurang baik 58 orang (69.9 %).

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Sikap

Sikap	Frekuensi	Presentase (%)
Baik	23	27.7
Kurang Baik	60	72.3
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa responden yang memiliki sikap baik pada penelitian ini yang berjumlah 23 orang (27.7 %) dan kurang baik 60 orang (72.3%).

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Preferensi Rasa

Preferensi Rasa	Frekuensi	Presentase (%)
Suka	64	77.1
Tidak Suka	19	22.9
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa responden yang memiliki preferensi rasa minuman yang disukai sebesar 64 orang (77.1%) dan tidak suka sebesar 19 orang (22.9 %).

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Teman Sebaya

Teman Sebaya	Frekuensi	Presentase (%)
Dipengaruhi	61	73.5
Tidak Dipengaruhi	22	26.5
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa responden yang memiliki teman sebaya dengan perilaku yang dipengaruhi merupakan keseluruhan responden dengan berjumlah 61 orang (73.5%) dan tidak dipengaruhi 22 orang (26.5%).

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Pengaruh Media

Pengaruh Media	Frekuensi	Presentase (%)
Dipengaruhi	63	75.9
Tidak Dipengaruhi	20	24.1
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa pengaruh media dengan perilaku yang dipengaruhi merupakan responden tertinggi sebesar 63 orang (75.9 %) dan tidak dipengaruhi hanya 20 orang (24.1 %).

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Akseibilitas

Jarak

Akseibilitas Jarak	Frekuensi	Presentase (%)
Jauh	21	25.3
Dekat	62	74.7
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa akseibilitas jarak responden paling besar dalam penelitian ini berjarak jauh sebesar 21 orang (25.3 %) dan jarak dekat 62 orang (74.7 %).

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi dan Presentase Hasil Pengukuran Uang Saku

Uang Saku	Frekuensi	Presentase (%)
<25.000/hari	22	26.5
>25.000/hari	61	73.5
Total	83	100

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 mereka yang memiliki uang saku lebih dari Rp 25.000 per hari (73.5 %) dan mereka yang memiliki uang saku kurang dari Rp 25.000 per hari (26.5 %) merupakan responden dengan jumlah uang saku tertinggi.

4.1.3 Analisis Bivariat

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian

Tabel 4.10 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan pengetahuan

Pengetahuan	Konsumsi minuman manis kekinian						<i>p-value</i>
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Baik	13	52.0	12	20.7	25	30.1	0,004
Kurang	12	48.0	46	79.3	58	69.9	
Total	25	30.1	58	69.9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa dari 83 responden yang memiliki pengetahuan baik, terdapat 13 orang (52.0 %) responden yang konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori cukup, sedangkan responden yang memiliki pengetahuan baik dengan kategori berlebih terdapat 12 orang (20,7%) dalam mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian. Adapun dari 83 responden yang memiliki pengetahuan kurang 58 (69.9%).

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai $P\text{-value} = 0,004 < 0,5$ yang dimana artinya adanya korelasi antar variabel, maka disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel pengetahuan terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

Tabel 4.11 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan sikap

Sikap	Konsumsi minuman manis kekinian						p-value
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Baik	13	52.0	10	17.2	23	27,7	0,001
Kurang	12	48.0	48	82.8	60	72,3	
Total	25	30.1	58	69.9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 83 responden yang memiliki sikap baik terdapat 13 orang (52,0 %) responden yang konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori cukup, sedangkan responden yang memiliki sikap baik dengan kategori berlebih terdapat 10 orang (17,2%) dalam mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian. Adapun dari 83 responden yang terdapat sikap kurang 60 (72,3 %).

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai P value = 0,001 < 0,05 yang dimana artinya adanya korelasi antara variabel sikap terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

Tabel 4.6 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan preferensi rasa minuman

Preferensi Rasa	Konsumsi minuman manis kekinian						p-value
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Suka	14	56,0	50	86,0	64	77,1	0.003
Tidak Suka	11	44,0	8	13,8	19	22,9	
Total	25	30.1	58	69.9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa dari 83 responden yang memiliki preferensi rasa suka dengan kategori cukup terdapat 14 orang (56,0%) responden yang

konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori cukup, sedangkan responden yang memiliki preferensi rasa suka dengan kategori berlebih terdapat 50 orang (86,0 %), dengan preferensi rasa dalam mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian. Adapun dari 83 responden yang terdapat preferensi tidak suka 19 orang (22,9%).

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai $p\text{ value} = 0,003 < 0,05$ yang dimana artinya adanya korelasi antara variabel preferensi rasa terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

Tabel 4.7 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan teman sebaya

Teman Sebaya	Konsumsi minuman manis kekinian						<i>p-value</i>
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Dipengaruhi	12	48,0	49	84,5	61	73,5	0.001
Tidak Dipengaruhi	13	52,0	9	15,5	22	26,5	
Total	25	30.1	58	69,9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.14 diketahui bahwa dari 61 responden yang dipengaruhi oleh teman sebaya kategori cukup terdapat 13 orang (52,0%) yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian, sedangkan pada kategori konsumsi minuman manis kekinian berlebih terdapat responden 49 (84,5%). Adapun pada responden yang tidak dipengaruhi oleh teman sebaya pada penelitian ini tidak terdapat pengaruh 22 (26,5%)

Uji statistik chi square menghasilkan nilai $P = 0,001 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan minuman manis oleh siswa SMA Al-Husna Marindal saat ini dengan faktor teman sebaya.

Tabel 4.8 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan pengaruh media

Pengaruh Media	Konsumsi minuman manis kekinian						<i>p-value</i>
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Dipengaruhi	13	52,0	50	86,2	63	75,9	0.001
Tidak Dipengaruhi	12	48,0	8	13,8	20	24,1	
Total	25	30,1	58	69,9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.16 diketahui bahwa dari 63 responden yang dipengaruhi oleh Media terdapat 13 responden (52,0%) yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori cukup, sedangkan pada konsumsi minuman manis kekinian pada kategori berlebih terdapat 50 responden (86,2%) yang dipengaruhi oleh media. Adapun pada responden yang tidak dipengaruhi oleh media terdapat hanya 20 responden (24,1 %) dan memiliki konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori berlebih.

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai P value = 0,001 yang dimana artinya ada korelasi antara pengaruh media terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

Tabel 4.9 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan aksesibilitas jarak

Aksesibilitas Jarak	Konsumsi minuman manis kekinian						<i>p-value</i>
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
Dekat	13	52,0	49	84,5	62	74,7	0.002
Jauh	12	48,0	9	15,5	21	25,3	
Total	25	30,1	58	69,9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.17 diketahui bahwa terdapat 62 responden dengan aksesibilitas jarak dekat dengan konsumsi minuman manis kekinian yang cukup sebesar 13 orang (52,0%) dan konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori berlebih sebesar 49 orang (84,5 %). Adapun pada responden dengan aksesibilitas jarak jauh terdapat 21 responden dengan konsumsi minuman manis kekinian cukup sebesar 12 responden (48.0%) sedangkan pada responden yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian dengan kategori berlebih memiliki sebesar 9 responden (15,5%).

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai P value = 0,002 < 0,05 yang dimana artinya tidak adanya korelasi antara variabel aksesibilitas jarak responden terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

Tabel 4.10 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi minuman manis kekinian dengan uang saku

Uang Saku	Konsumsi minuman manis kekinian						<i>p-value</i>
	Cukup		Berlebih		Total		
	n	%	n	%	n	%	
<25.000/hari	12	48,0	10	17,2	22	26,5	0.004
>25.000/hari	13	52,0	48	82,8	61	73,5	
Total	25	30.1	58	69,9	83	100	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.18 diketahui bahwa terdapat 22 responden yang memiliki uang saku <25.000/hari diantaranya yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian yang cukup sebesar 12 orang (48,0%) sedangkan pada responden yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian yang berlebih terdapat 10 orang (17,2%). Adapun dari responden yang mempunyai uang saku >25.000/hari terdapat sebanyak 61 orang (73,5%) diantaranya yang memiliki konsumsi minuman manis kekinian dengan

kategori cukup sebesar 13 orang (52,0%) dan dengan kategori berlebih sebesar 48 orang (82,8%).

Hasil uji statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai P value = 0,004 < 0,05 yang dimana artinya tidak adanya korelasi antara variabel uang saku terhadap konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Keterbatasan Penelitian

Peneliti memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data kuesioner yang dimana untuk menentukan jumlah konsumsi responden dan berapa banyak konsumsi minuman manis kekinian peneliti terkendala pada penyusunan kuesioner yang seharusnya diambil menggunakan kuesioner semi ffq sehingga bisa memberikan hubungan yang lebih kuat pada penelitian ini, dan hasilnya peneliti tidak bisa melakukan penarikan kuesioner ulang dikarenakan keterbatasan waktu dan kuesioner sebelumnya telah disebar dan hasilnya telah peneliti dapatkan.

4.2.2 Pengetahuan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menggunakan *Chi square* diperoleh nilai P value = 0,004 < 0,05 yang dimana artinya ada korelasi antara variabel pengetahuan terhadap konsumsi minuman manis kekinian, seperti pada umumnya secara global pengetahuan memiliki dampak pada pengelolaan sikap secara pribadi untuk meminimalisir hasil buruk yang akan terjadi apabila tidak memiliki bekal ilmu pengetahuan yang baik dalam mengelolanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Fahria, 2022). Dengan menggunakan pengujian statistik chi square, diperoleh nilai p = 0,029 < 0,05,

yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengetahuan dan perilaku gizi anak-anak di Desa Banjar Negeri. Diketahui bahwa pengetahuan adalah gambaran yang dihasilkan oleh panca indra dan indra manusia. Informasi palsu, takhayul, dan kepercayaan tidak sama dengan pengetahuan. Segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman individu disebut sebagai pengetahuan (Fahria, S; Ruhana, 2022).

Pengetahuan juga merupakan sekumpulan pengalaman dengan cara pengulangan kembali informasi yang diperoleh dalam memberikan respon dan bagaimana cara bersikap, hal ini juga merupakan hal yang bisa dijadikan salah satu acuan dari sekian banyaknya faktor penyebab kenapa gizi anak tidak selaluimbang dalam penerapannya, dalam penelitian ini sebanyak 83 responden terpilih sebagai subjek, dan dari 83 responden terbagi atas kelas 1 SMA-3 SMA, banyaknya siswa yang tidak setingkat mengenai pemahaman atas pengetahuan menjadi latar belakang dengan nilai pengetahuan yang tidak berimbang, dikarenakan belum adanya pengulangan dari pengalaman-pengalaman yang akhirnya akan menjadi pengetahuan di kemudian hari.

Anak usia sekolah sangat rentan mengalami gizi buruk karena mereka sedang melalui masa pertumbuhan dan perkembangan yang pesat sehingga memerlukan pemenuhan kebutuhan gizinya. Sayangnya, meski banyak anak usia sekolah yang sudah sadar akan pentingnya gizi, namun masih sedikit masyarakat yang memahami hal tersebut. Banyaknya anak sekolah juga kurang memiliki pemahaman gizi yang memadai, sehingga permasalahan gizi anak memerlukan informasi dari orang tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Shafiah, 2022), yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengetahuan tentang label gizi konsumsi

minuman manis kemasan dan fakta bahwa nilai $p = 0,04$ sama dengan $0,05$. Saat seseorang mendapatkan informasi, panca indera manusia menangkap informasi tersebut, dan kemudian memberikan dorongan kepada otak untuk mencerna informasi tersebut, yang pada gilirannya menghasilkan pengetahuan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan kesadaran. Proses terbentuknya perilaku didasarkan pada kesadaran atau rangsangan yang terus-menerus pada individu. Setelah individu tertarik dengan sesuatu, mereka akan mempertimbangkan hal itu baik atau buruk, dan kemudian mereka akan mulai mencoba perilaku baru untuk beradaptasi (Minati & Sartika, 2022).

4.2.3 Sikap

Berdasarkan hasil pada penelitian ini dengan menggunakan pengujian *chi square* didapatkan hasil jika nilai $P \text{ value} = 0,001 < 0,05$ yang dimana artinya adanya korelasi antara sikap dengan konsumsi minuman manis kekinian pada siswa SMA Al-Husna Marindal. Terbentuknya sikap terhadap gizi pada anak erat terkait dengan gizi. Sikap seorang anak akan mempunyai pengaruh yang besar karena secara langsung mempengaruhi cara mereka memilih makanan. Meskipun opini yang kurang baik mengenai gizi anak mempunyai dampak langsung terhadap kesehatan anak, sikap yang baik terhadap gizi anak mungkin tidak secara langsung mempengaruhi perilaku positif. Perbuatan yang berlandaskan ilmu pengetahuan lebih kokoh dibandingkan perbuatan yang berlandaskan ketidaktahuan (Fauziyah et al., 2022). Seseorang yang tidak mengetahui label nutrisi juga memiliki sikap lima kali lebih baik terhadap minuman. Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek, Sikap tumbuh diawal dari pengetahuan yang diartikan sebagai suatu hal yang baik (positif) maupun tidak baik (negatif), kemudian diaktualisasikan

kedalam dirinya. Sikap seorang siswa yang positif tidak akan mempengaruhi mereka dalam konsumsi minuman manis kekinian berlebihan. Sebaliknya, sikap seorang siswa yang negatif akan mempengaruhi mereka dalam konsumsi minuman manis kekinian secara berlebihan.

4.2.4 Preferensi Rasa Minuman

Berdasarkan hasil pada penelitian ini didapatkan hasil pengujian dari *chi square* pada variable preferensi rasa minuman manis kekinian, dan di dapatkan hasil p value = $0,003 < 0,05$ yang dimana artinya adanya hubungan preferensi rasa minuman pada SMA Al-Husna Marindal rasa yang manis cenderung membuat mereka ingin selalu mengkonsumsi minuman manis kekinian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Veronica, 2020) Meminum minuman kekinian adalah pilihan yang disukai oleh mayoritas mahasiswa yang menjawab survei. Minuman *boba* teh susu rasa cokelat hazelnut dengan topping boba adalah minuman kekinian yang paling banyak dipilih. Responden juga lebih suka minuman berukuran besar daripada ukuran reguler. Rasa minuman teh susu rasa cokelat hazelnut menempati urutan pertama, dengan 15% atau 86 orang dari 483 orang yang menjawab suka minuman kekinian. Selain itu, dari total 483 responden, 74%, atau 358 orang, suka menambahkan topping ketika mengkonsumsi minuman kekinian, sedangkan 125 responden, atau 26 persen, menunjukkan bahwa mereka tidak melakukannya. Jenis topping yang paling populer dipilih oleh 71%, atau 254 dari 358 responden, yang suka menambahkan topping ketika mengkonsumsi minuman kekinian. Meminum minuman manis kekinian saat sedang berkumpul bersama teman-teman menjadi salah satu aktivitas yang sering dilakukan para remaja karena momen ini sering dijadikan waktu untuk bersosialisai dan mencoba

hal baru. Selain itu konsumsi minuman ini juga cenderung meningkat pada akhir pekan (weekend) dan awal bulan ketika mereka memiliki lebih banyak waktu luang (Sari, 2021).

4.2.6 Teman Sebaya

Hasil uji chi square penelitian menunjukkan bahwa, jika $p \text{ value} = 0,001 < 0,05$ menunjukkan adanya hubungan antara variabel teman sebaya dengan konsumsi minuman manis saat ini, maka teman sebaya berperan signifikan dalam mempengaruhi perilaku remaja dan pilihan gaya hidup, termasuk preferensi makanan dan minuman. Pada penelitian Resha (2022) didapatkan hasil bahwa responden yang sering mengonsumsi minuman manis bahwa 52,9% murid mengonsumsi minuman ringan berpemanis karena terpengaruh oleh teman sebaya. Partisipasi remaja dalam bersosialisasi, berkumpul dan berkelompok dengan teman sebaya meningkatkan aktivitas sehari-hari sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi remaja tersebut salah satunya dalam perilaku konsumsi minuman kemasan berpemanis. Iklan komersial mengenai minuman kemasan berpemanis, khususnya di televisi sangat mempengaruhi generasi muda untuk menikmati minuman kemasan berpemansis (Yulianti & Mardiyah, 2023). Hal tersebut memberikan kesimpulan jika teman sebaya sangat berpengaruh dalam pemilihan makanan dan minuman pada remaja. Sosialisasi teman sebaya adalah proses dimana teman sebaya dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku berisiko kesehatan pada remaja. Artinya ketika seorang remaja bergabung dengan kelompok teman sebayanya, ia harus bertindak sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh kelompok tersebut dan berperilaku serupa dengan teman sebayanya.

4.2.7 Pengaruh Media

Pada penelitian ini, didapatkan hasil pada pengujian *chi square* hingga didapatkan nilai $p \text{ value} = 0,001 < 0,05$ yang dimana artinya ada hubungan antara variabel pengaruh media terhadap konsumsi minuman manis kekinian, dan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Resha, 2022) menunjukkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi-square* menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan nilai ($p\text{-value} = 0,020$). Terlihat bahwa responden yang mendapat pengaruh media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dalam kategori sering memiliki presentase lebih besar yaitu 65,8% dibandingkan dengan responden yang tidak mendapat pengaruh media massa dalam konsumsi ssbs yaitu 40,5%. Hal ini terjadi karena pengaruh penggunaan gadget pada remaja dengan peningkatan konsumsi minuman kemasan berpemanis terjadi karena sering terpapar iklan, Disamping itu, pengemasan yang baik pada produk makanan dan minuman dapat menarik konsumen dengan strategi yang beragam dalam menampilkan produk dalam iklan yang membuat remaja tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut (Yulianti & Mardiyah, 2023).

4.2.8 Aksebilitas Jarak

Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil pengujian dari *chi square* pada variabel Aksesibilitas jarak terhadap konsumsi minuman manis kekinian, dan didapatkan hasil $p \text{ value} = 0.002 < 0,05$ yang dimana artinya adanya hubungan aksebilitas jarak dengan konsumsi minuman manis pada siswa dan siswi SMA Al-Husna Marindal. Orang-orang yang dapat dengan mudah mendapatkan minuman berkalori cenderung lebih banyak mengkonsumsinya daripada orang-orang yang

memiliki kesulitan mendapatkan minuman tersebut (Masri, 2019) Sekarang, gerai minuman kekinian seperti minuman boba tersedia di mana-mana, baik di pinggir jalan maupun di pusat perbelanjaan, dan layanan pengiriman makanan melalui aplikasi online semakin mudah untuk mendapatkan jenis minuman tinggi kalori. Ketersediaan gerai minuman kekinian memengaruhi jumlah minuman yang dikonsumsi seseorang. Sebuah layanan transportasi online melaporkan bahwa jumlah pesanan teh susu boba melalui aplikasi tersebut meningkat sebesar tiga ratus persen pada tahun 2018 di Asia Tenggara, dengan Indonesia menduduki posisi teratas dalam pertumbuhan minuman tersebut dengan lebih dari tujuh ratus persen.

Selain itu, data menunjukkan bahwa melalui layanan pengiriman makanan online ini, orang Asia Tenggara rata-rata mengonsumsi empat gelas teh susu boba setiap bulan, dan orang Indonesia tiga gelas (Veronica, 2020).

4.2.9 Uang Saku

Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil pengujian dari *chi square* pada variabel uang saku terhadap konsumsi minuman manis kekinian, dan didapatkan hasil $p \text{ value} = 0,004 < 0,05$ yang dimana artinya adanya hubungan antara uang saku dengan kebiasaan konsumsi minuman manis pada Siswa SMA Al-Husna Marindal siswa yang diberi uang per hari $>25,000$ (45 orang) sedangkan <25.000 (38 orang). Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Diyan, 2022) Mayoritas responden (67,3%) memiliki uang saku lebih dari 1.500.000 rupiah setiap bulan, tetapi ada 32,7% yang memiliki uang saku kurang dari 1.500.000 rupiah setiap bulan. Perbedaan uang saku ini mungkin disebabkan oleh tempat tinggal masing-masing responden. Fakta bahwa 60% responden menyatakan pernah berpikir untuk

menggunakan uang jajannya untuk membeli minuman manis menunjukkan bahwa uang jajan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seberapa sering seseorang membeli minuman manis. Tingkat pembelian produk seseorang dapat dipengaruhi oleh uang saku mereka. Orang-orang dengan uang saku lebih banyak cenderung memiliki lebih banyak kebebasan dalam memutuskan apa yang mereka beli dan apa yang mereka suka (Lung, 2020). Keinginan untuk membeli suatu produk berkorelasi positif dengan uang saku seseorang (Kurniawan et al., 2017). Uang saku juga bisa memberikan pengaruh terhadap pola makan individu (Lung, 2020).

4.2.12 Kajian Integrasi Keislaman

Dalam Islam, seseorang memang dianjurkan untuk membatalkan puasa dengan makanan/minuman yang manis. Namun, tidak boleh berlebihan. Bahkan, hanya dianjurkan sebanyak 3 butir kurma. Namun, saat ini sudah banyak orang yang sangat gemar dengan makanan/minuman manis. Misalnya, membatalkan puasa dengan minuman serba manis, makan dengan nasi yang berlimpah, serta mengonsumsi hidangan penutup serba manis.

Tradisi Rasulullah SAW meminum minuman manis saat berbuka puasa menjadi sunnah yang memberikan rahmat dan keberkahan. Beliau seringkali memilih minuman yang memberikan kelembutan pada lambung, seperti kurma yang direndam dalam air atau air yang diberi tambahan madu. Pilihan ini tidak hanya menyegarkan, tetapi juga memberikan kelembutan pada sistem pencernaan setelah seharian berpuasa.

Minuman manis dalam sunnah berbuka puasa bukan hanya sekadar memenuhi rasa haus, melainkan tradisi yang mengajarkan umat Muslim untuk merasakan nikmat dan kenikmatan setiap detik ibadah. Menggugah selera dan memberikan kehangatan

pada tubuh, minuman manis menjadi elemen penting dalam menyambut berkah berbuka puasa.

Selain itu, sunnah meminum minuman manis saat berbuka puasa juga memiliki dampak positif pada kesehatan tubuh. Pilihan minuman yang memberikan kelembutan pada lambung dan nutrisi yang bergizi adalah tindakan bijak untuk menjaga kesehatan setelah berpuasa seharian. Pilihan bijak ini menciptakan keseimbangan antara menikmati hidangan berbuka puasa dan menjaga kesehatan organ pencernaan. Rasulullah SAW dengan kebijaksanaan memilih minuman yang memberikan kelembutan pada lambung mengajarkan umat Muslim untuk menjalani ibadah puasa dengan penuh perhatian terhadap kesehatan tubuh. Namun, ada satu riwayat hadits riwayat Ahmad dan Abu Dawud yang menjelaskan bagaimana Rasulullah berbuka puasa,

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يُفِطِرُ عَلَى
رُطَبَاتٍ قَبْلَ أَنْ يُصَلِّيَ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ رُطَبَاتٌ فَعَلَى
تَمْرَاتٍ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ حَسَا حَسَوَاتٍ مِنْ مَاءٍ

SUMATERA UTARA MEDAN

Artinya: Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam berbuka dengan kurma basah (ruthab). Jika tidak ada ruthab, maka berbuka dengan kurma kering (tamr). Jika tidak ada tamr, maka minum dengan satu tegukan air. (HR. Ahmad, Abu Dawud)

Nabi tidak secara spesifik menganjurkan untuk mengonsumsi makanan manis, namun hadis menunjukkan bahwa beliau berbuka puasa dengan kurma dan air.