

DAFTAR PUSTAKA

- Adam's, Sexton, Adelaide Griffin, Manullang M. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alih Bahasa Manullang. Yogyakarta: Andi Offset.
- Agustin, J. (2015). *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Keperayaan Konsumen*. Retrieved November 22, 2015, from <http://e-journal.uajy.ac.id/6712>.
- Alkinson. (2001). *Pengantar Psikologi*. Interaksa: Batam Center.
- Anderson, JW dan Patterson, K. (2005). Snack Foods: Comparing Nutrition Value of Excellent Choices and "Junk Foods". *J Am Coll Nutr*, 24(3): 155-157.
- Anggraini, Astari Mayang. (2010). *Analisis Kebutuhan City's Morgue di DKI Jakarta*. Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Aprillia, B.A (2011). *Faktor yang Berhubungan dengan Pemilihan Makanan Jajanan Usia Sekolah Dasar*. Semarang: UNDIP.
- Bearden, William O, Thomas N. Ingram, dan Raymond W. Laforge. (2007). *Marketing Priniples and Perspectives, Fourth Edition*. New York: Mc Graw_Hill/Irwin.
- Behma. (2004). *Ilmu Kesehatan Anak Nelson Edisi 15 volume 1*. Jakarta : EGC.
- Danang, Sunyoto. (2002). *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: cetakan pertama.
- Depkes RI. (2005). *Pedoman Sari Kesehatan Anak Kementerian Kesehatan RI*. Jakarta: Direktorat Bina Kesehatan Anak Kementerian Kesehatan.
- Firdayanti, Restika. (2012). Persepsi Risiko Melakukan *E-Commerce* dengann Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*. Vol 1 No 2.
- Fitriyah, N. (2013). *Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif Anak- Anak (Study Kasus pada Siswa SDN 13 Serang)*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial. Volume 2 No 2.
- Idral, Purnakarya. (2011). Analisis Pemilihan Makanan pada Remaja di Kota Padang Sumatera Barat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. Vol. 6, No. 1

- Iklima, N. (2017). *Gambaran Pemilihan Makanan Jajanan Pada Anak Usia Sekolah Dasar*. Jurnal Keperawatan BSI. Volume 5 No 1.
- Kabalmay, Yudi Adhitya Dwitama. (2017). *Cafe Addict: Gaya Hidup Remaja Perkotaan*. Universitas Airlangga :Program Studi Sosiologi.
- Kelly,B dkk. (2007). *Television Food Advertising to Children: the Extent and Nature of Exposure*. Public Health Nutrition. Volume 10(11),1234-1240.
- Kemdiknas. (2010). *Pendidikan Karakter Terintegrasi dalam Pembelajaran di Sekolah Menengah Pertama*. Jakarta: Direktorat PSMP Kemdiknas.
- Khomsan, A. (1997). *KIE untuk Keamanan Pangan Materi Pelatihan Pengendalian Mutu dan Keamanan Pangan Bagi Staf Pengajar*. Bogor: CFNS IPB.
- Khotimah, H. (2004). *Persepsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang terhadap Makanan Cepat Saji (Fast Food)*. Skripsi Pendidikan S-1 Gizi Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kristianto, P. (2013). *Ekologi Industri*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kuroifah, Mita. (2014). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Makanan Instan di Televisi terhadap Perilaku Konsumsi Makanan pada Mahasiswi Kos Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik UNY*. Yogyakarta: Hasil penelitian UNY.
- Kusumawati, Wita. (2017). Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Buah dan Sayur Siswa SMP di Denpasar. *Jurnal Gizi Indonesia*. ISSN: 2338- 3119. Vol 6 No 1.
- Lastariwati, Badraningsih, Ratnaningsih, N. (2006). *Hubungan Antara Pengetahuan dan Konsumsi Makanan dan Minuman Instan dengan Status Gizi Remaja Putri*. Jurnal Berita Kedokteran Masyarakat. Volume 22 No 1 halaman 24-32.
- Mahmud, Dimiyati. (1990). *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Mariyati, S dan Angraini, R. (2015). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*. 12 (21), 34- 42.
- McCarthy dan Perreault, Cannon. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.

- Meiria, E. (2017). *Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian: Studi pada Konsumen Anak Usia Sekolah Dasar di Kota Depok*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Volume 7 No. 1.
- Moehji,S. (2003). *Ilmu Gizi dan Penanggulangan Gizi Buruk*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti.
- Moniharapon, Erynola dkk. (1999). *Analisi Klaim Iklan dan Label pada Produk Pangan*. Media Gizi dan Keluarga. Volume 23 No 2.
- Mustikaningsih, Diana. (2015). Persepsi tentang Fast Food dan Frekuensi Konsumsi Fast Food sebagai Faktor Risiko Terjadinya Obesitas pada Remaja di Kota Yogyakarta. *Jurnal Nutrisia*. Volume 17 No 2.
- Notoadmojo,S. (2005). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Pujiyanto. (2003). *Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan*. Universitas Negeri Malang: Jurusan Seni dan Desain.
- Rahmat, Jalaludin. (2002). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Rachmawati. (2011). *Hubungan Pola Makan dan Aktivitas dengan Kadar Gula Darah Penderita DM Tipe 2 Rawat Jalan di RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo Makasar*. Makasar: Skripsi.
- Ricky, Griffin W and Ronald J Ebert. (2013). *Business*. New Jersey: Pearson.
- Ringan. (2008). *Persepsi Sebuah Pilihan Berfikir Positif atau Negatif*. Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen . ISSN: 1907- 6037 Volume 5 No 2.
- Sempati. Galuh Putri Hardikna. (2017). *Persepsi dan Perilaku Remaja terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern*. Universitas Negeri Yogyakarta: Fakultas Pendidikan Boga.
- Sarwono, Jonathan. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sempati, Galuh Putri mahardika. (2017). *Persepsi dan Perilaku Remaja terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern*. Yogyakarta: UNY.
- Sipunga, PN dan Muhammad AH. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua pada Siswa Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Jurnal Psikologi dan Industri UNS*. Vol 3 No 1.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Subardjo, Yovita Puri., Sudargo Toto., Julia Madarina. (2013). *Paparan Iklan Televisi Terhadap Pemilihan Makanan dan Asupan Energi pada Anak*. Jurnal Gizi Klinik Indonesia. Volume 10 No 2 halaman 101-110.
- Sulistijiani, D. A. (2002). *Sehat dengan Menu Berserat*. Jakarta: Tribus Agriwidya.
- Sulistyoningsih, Hariyani. (2011). *Gizi untuk Kesehatan Ibu dan Anak*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryabrata, Sumadi. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, Ujang., Simanjuntak Megawati., Yurita. (2012). *Presepsi dan Preferensi Iklan Mempengaruhi Niat Beli Anak pada Produk Makanan Ringan*. Jurnal Ilm. Kel & Kons. ISSN 1907- 6037. Volume 5 No 2.
- Suswanti, Ika (2013). *Faktor- faktor yang Berhubungan dengan Pemilihan Makanan Cepat Saji Saji pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2012*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Triwijayati, A, Armanu, D. H. W, dan Solimun. (2011). Kompetensi Anak dalam Mengambil Keputusan Konsumsi Serta Regulasi dan Pemberdayaan Konsumen Anak dalam Mengonsumsi Makanan Jajanan. *Jurnal UB*. Vol 10. No 2, Halaman 318- 328.
- Walgito. (2003). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi.
- Walgito. (2012). *Pengantar Psikologi Umum Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, Setyo Ferry (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Volume 3 No 1.
- World Health Organization (WHO) (2006). *Penyakit Bawaan Makanan Fokus Pendidikan Kesehatan*. Jakarta: EGC