

**PENGARUH *KOREAN WAVE* FANATISME PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN *STREET FOOD* KOREA SELATAN: STUDI PADA
GENERASI Z**

TUGAS AKHIR



YULIANA DITA HARDIYANTI

1171003114

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Yuliana Dita Hardiyanti

NIM : 1171003114

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2021


HALAMAN PENGESAHAN

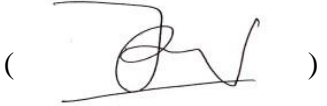
Proposal Penelitian ini diajukan oleh:

Nama : Yuliana Dita Hardiyanti
NIM : 1171003114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave* Fanatisme pada Keputusan Pembelian *Street Food* Korea Selatan: Studi pada Generasi Z

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dion Wardyono, S.E., M.S.M. ()

Penguji 1 : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D. ()

Penguji 2 : Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Korean Wave* fanatisme pada keputusan pembelian *street food* Korea Selatan: Studi pada Generasi Z” ini dengan baik. Penulisan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, Penulis juga mendapatkan dukungan, semangat dan dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala proses yang dihadapi. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala karunia, rezeki dan kesehatan kepada penulis selama melakukan kegiatan penyusunan tugas akhir.

2. Papa, Mama, Mas Fredi, Mba Sari, Deti

Terima kasih kepada Papa, Mama, Mas Fredi, Mba Sari, dan Deti yang sudah memberikan dukungan dan juga pengertian serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.

3. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

4. Dion Wardyono, S.E., M.S.M

Terima kasih kepada Bapak Dion yang telah membimbing penulis dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D.

Terima kasih kepada Ibu Eli selaku pembahas saat sidang Sempro beberapa waktu lalu atas kesediaan waktu dan bimbingannya serta masukan kepada penulis untuk melengkapi penulisan tugas akhir ini.

6. Pihak Terkait

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah penulis berikan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada para dosen terutama pembimbing saya Ibu Prima atas bimbingannya selama perkuliahan ini dan para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmunya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

8. Om Dendy

Terima kasih Om Dendy yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan juga motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Tante Eva, Tante Nel dan keluarga lainnya

Terima kasih Tante Eva, Tante Nel dan kerabat lainnya atas segala dukungan dan perhatian yang selama ini diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.

10. Teman – Teman Sky Castle

Terima kasih kepada teman - teman Sky Castle yang saling membantu dan menyemangati untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan membuat penulis berusaha secepat mungkin menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Penulis,



Yuliana Dita Hardiyanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliana Dita Hardiyanti
NIM : 1171003114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Fee Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KOREAN WAVE FANATISME PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN STREET FOOD KOREA SELATAN: STUDI PADA GENERASI Z

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Yuliana Dita Hardiyanti

**PENGARUH *KOREAN WAVE* FANATISME PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN *STREET FOOD* KOREA SELATAN: STUDI PADA GENERASI
Z**

YULIANA DITA HARDIYANTI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh fanatisme *Korean Wave*, dalam hal ini K-Pop dan drama Korea, terhadap keputusan pembelian *street food* Korea Selatan pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang menghasilkan 115 data yang valid. Analisis korelasi dan regresi dilakukan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 16.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fanatisme drama Korea dan K-Pop memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *street food* Korea Selatan pada Generasi Z. Selain itu, fanatisme terhadap K-Pop dan drama Korea secara simultan juga menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *street food* Korea Selatan pada Generasi Z.

Kata Kunci : Korean Wave, Keputusan Pembelian, Generasi Z, Fanatisme

***THE IMPACT OF KOREAN WAVE FANATICISM ON STREET FOOD
PURCHASE DECISIONS FROM SOUTH KOREA: STUDY ON GENERATION
Z***

YULIANA DITA HARDIYANTI

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate how Korean Wave fanaticism, in this case K-Pop and Korean drama, influence the Generation Z purchasing decisions on street food from South Korea. This study used a quantitative method with an associative approach. Data were collected through the distribution of questionnaires which resulted in 115 valid data. Correlation and regression analysis were performed for hypothesis testing using IBM SPSS 16.0. The results of this study indicated that Korean drama and K-Pop fanaticism positively and significantly influenced Generation Z purchasing decisions on street food from South Korea. Moreover, the result of this study found that fanaticism towards K-Pop and Korean drama simultaneously influenced Generation Z purchasing decisions on street food from South Korea.

Keywords: *Korean Wave, Purchase Decisions, Generation Z, Fanaticism*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Teori yang Relevan	12
2.1.1. <i>Popular Culture</i>	12
2.1.2. <i>Korean Wave</i>	15
2.1.3. Fanatisme	17
2.1.4. Definisi Perilaku Konsumen	20
2.1.5 Teori Perilaku Konsumen	21
2.1.6. Faktor-faktor Teori Konsumen.....	21
2.1.7. Proses Pengambilan Keputusan.....	23
2.1.8. Generasi Z.....	25

2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis.....	26
2.3. Model Kerangka Hipotesis	39
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Desain dan Pendekatan.....	40
3.2. Populasi dan Sampling	40
3.3. Pengumpulan Data dan Pengukuran.....	42
3.4. Validasi Data.....	43
3.5. Analisis Data.....	43
3.6. Operasional Variabel	45
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	48
4.2. Penyajian Data	51
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.2. Analisis Deskriptif	56
4.3. Pembahasan dan Diskusi	65
4.3.1. Analisis Korelasi	65
4.3.3. Uji Hipotesis.....	67
BAB V	74
SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. SIMPULAN	74
5.2. KENDALA DAN KETERBATASAN.....	76
5.3. SARAN DAN IMPLIKASI	76
5.3.1. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	76
5.3.2. Saran Untuk Pelaku Bisnis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Selebriti Korea Selatan sebagai Brand Ambassador	5
Tabel 3.1 Operasional Tabel	46
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Fanatisme drama Korea (X1).....	52
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Fanatisme K-Pop (X2).....	53
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Fanatisme Drama Korea (X1)	56
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Fanatisme KPOP (X2)	57
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	61
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Kategori Penggemar	62
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Mengetahui K-Pop atau Drama Korea ...	63
Tabel 4.13 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang digunakan untuk mengetahui tentang K-Pop dan drama Korea	64
Tabel 4.14 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	65
Tabel 4.15 Korelasi X_1 dengan Y	66
Tabel 4.16 Korelasi X_2 dengan Y	66
Tabel 4.17 Korelasi Berganda	67
Tabel 4.18 Uji t Variabel X_1	68
Tabel 4.19 Uji t Variabel X_2	69
Tabel 4.20 Uji f dengan Regresi Berganda	70
Tabel 4.21 Regresi Berganda	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 di Indonesia.....	8
Gambar 1.2 Diagram yang Menunjukkan Perpotongan Rumpun Ilmu yang Digunakan Dalam Penelitian Ini	10
Gambar 2.1 Diagram Tipe-Tipe dari Popular Culture	12
Gambar 2.2 Model Kerangka Hipotesis.....	39
Gambar 4.1 Tteokbokki	50
Gambar 4.2 Odeng.....	50
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.4 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4.5 Diagram Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	61
Gambar 4.6 Diagram Profil Responden Berdasarkan Kategori Penggemar	62
Gambar 4.7 Diagram Profil Responden Berdasarkan Mengetahui K-Pop atau Drama Korea.....	63
Gambar 4.8 Diagram Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang digunakan untuk mengetahui tentang K-Pop dan drama Korea.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme Drama Korea.....	98
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme K-Pop	103
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	109
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	121
Lampiran 6 Nilai <i>r Product Moment</i>	122
Lampiran 7 Nilai <i>t</i> Tabel.....	124
Lampiran 8 Nilai <i>F</i> Tabel.....	127