

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, DRAMA KOREA, DAN KONTEN *K-MUKBANG* PADA YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PRODUK MAKANAN KOREA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**ANNISA TRI RANJANI**

**NIM. 212031319**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH *KOREAN WAVE*, DRAMA KOREA, DAN KONTEN K-MUKBANG PADA YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN KOREA

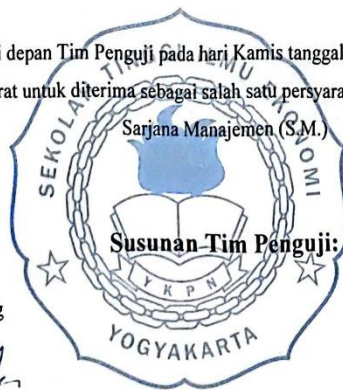
Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ANNISA TRI RANJANI**

Nomor Induk Mahasiswa: 212031319

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 4 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing

Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Penguji

Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Yogyakarta, 4 Januari 2024  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



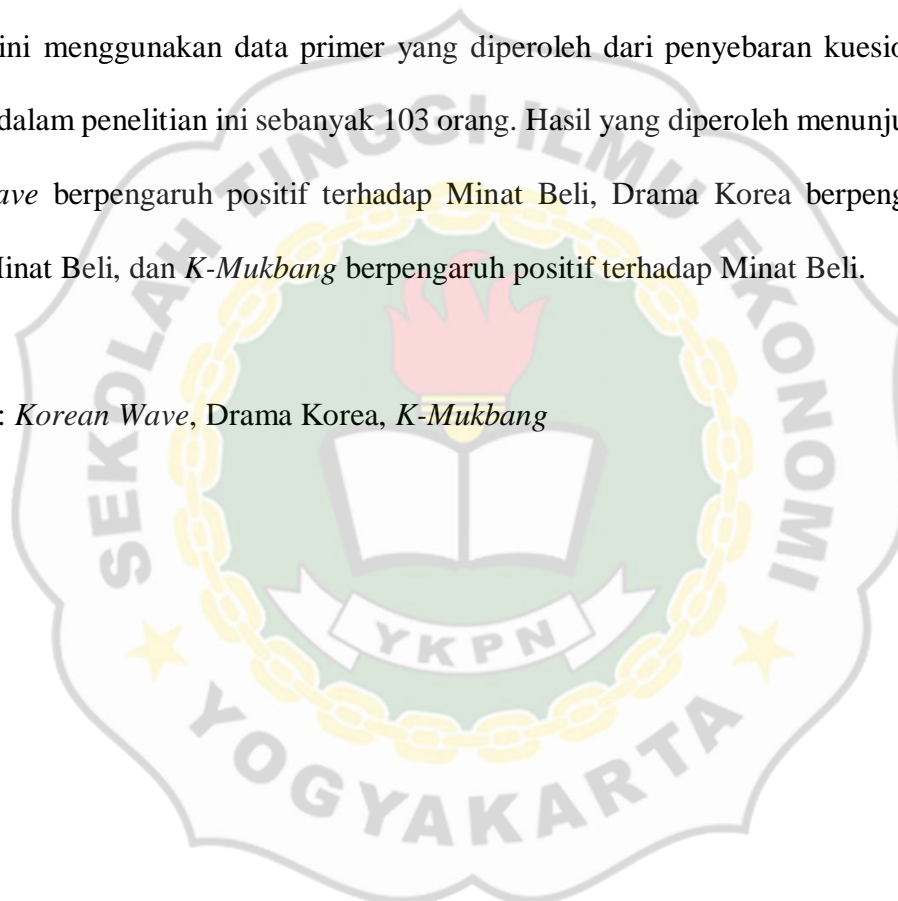
Wishu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Korean Wave, Drama Korea dan K-Mukbang terhadap minat beli makanan Korea. Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu Korean Wave, Drama Korea, K-Mukbang dan minat beli sebagai variabel terikatnya. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 103 orang. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh positif terhadap Minat Beli, Drama Korea berpengaruh positif terhadap Minat Beli, dan *K-Mukbang* berpengaruh positif terhadap Minat Beli.

Kata kunci: *Korean Wave*, Drama Korea, *K-Mukbang*

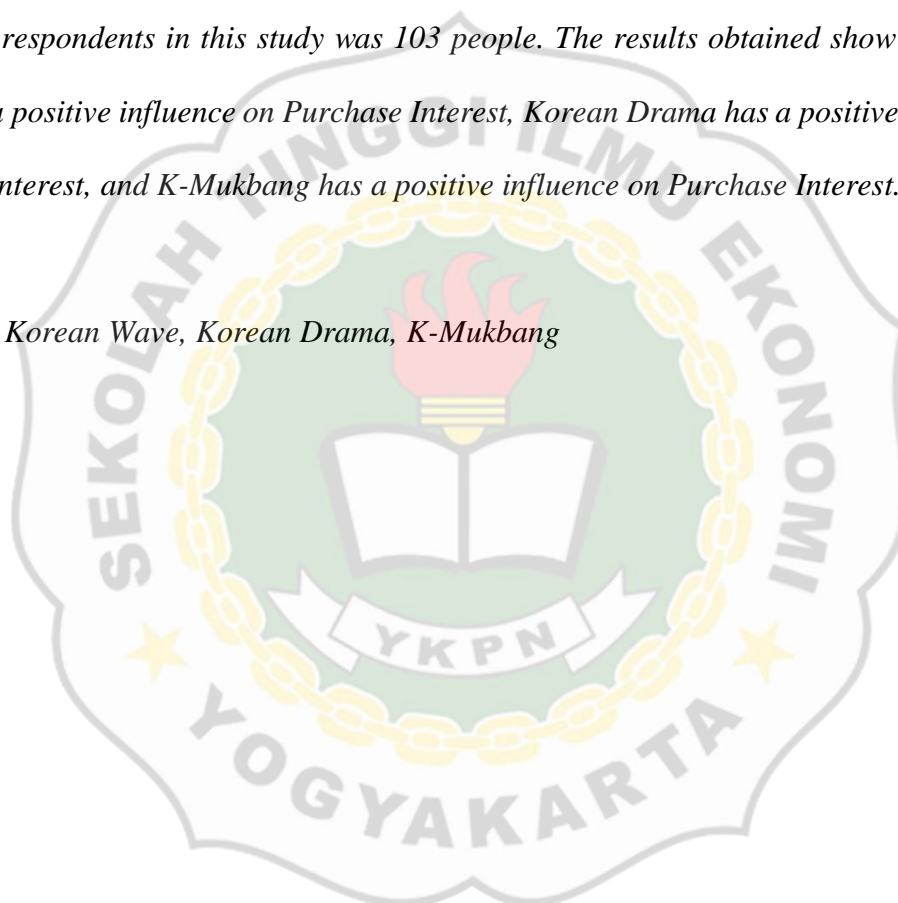


# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of the Korean Wave, Korean Drama and K-Mukbang on interest in buying Korean food. This research uses 3 independent variables, namely Korean Wave, Korean Drama, K-Mukbang and purchase interest as the dependent variable. This research uses primary data obtained from distributing questionnaires. The number of respondents in this study was 103 people. The results obtained show that Korean Wave has a positive influence on Purchase Interest, Korean Drama has a positive influence on Purchase Interest, and K-Mukbang has a positive influence on Purchase Interest.*

*Keywords: Korean Wave, Korean Drama, K-Mukbang*



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada masa kini, masyarakat semakin merasakan bahwa kemajuan teknologi sangat berpengaruh pada kehidupan sehari-hari, sama halnya dengan media sosial. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah tempat bagi pengguna media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain. Korea Selatan menjadi perbincangan hangat karena negara ini berhasil menyebarkan produk dan budayanya ke dunia. Adapun produk tersebut berupa produk berwujud drama yang sangat mempengaruhi selera konsumen mulai dari lagu *sountrack* (musik), bahasa, *fashion*, teknologi, *skincare*, tempat-tempat populer dan tidak lupa dengan makanannya yang sangat unik dan autentik yang disajikan pada drama dan kemudian mempengaruhi selera konsumen. Perkembangan *Korean street food* di Indonesia sangat di sambut oleh masyarakat.

Menurut Kotler (2002) minat beli yaitu minat seseorang terhadap suatu objek yang dapat dilihat dari sikap ketertarikan terhadap objek tersebut. Minat beli konsumen juga suatu bagian komponen dari sikap konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. *Hallyu* atau disebut juga *Korean Wave* adalah sebutan untuk tradisi yang berasal dari Korea Selatan yang sudah tersebar di berbagai negara (Nuranisa, 2015). Gelombang Korea sendiri mencakup drama, film, *variety show*, industri musik, busana, *skincare*, bahasa Korea, kuliner dan lain sebagainya. Drama Korea menjadi salah satu budaya Korea yang memiliki pengaruh penting dalam penyebarannya.

Sebelum negara di Asia dan Eropa dilanda *trand fashion*, kuliner, dan musik K-pop dari Korea, drama Korea sudah lebih dahulu mengambil banyak hati konsumen. Asheriyanti Tri Putri (2019) mengatakan penggemar K-drama biasanya membagi informasi mengenai drama yang mereka ketahui. Konten *Mukbang*, *Meokbang* atau *Mokbang* (siaran makan) merupakan konten kuliner dengan menyajikan tayangan makanan dengan porsi makanan yang banyak yang berasal dari Korea Selatan. Konten

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mukbang sendiri pertama kali muncul di Afreeca TV (*Any Free Casting TV*). Kepupuleran *mukbang* di Korea Selatan mulai meningkat pada tahun 2010-an. *K-mukbang* yang semakin populer menimbulkan ketertarikan untuk membeli produk atau makanan yang serupa seperti *ramyeon* (mie instan), *teokkboki*, *comdog* dan lain sebagainya.

## LANDASAN TEORI

### Definisi Pemasaran

Menurut *American Marketing Association* (AMA) pemasaran yaitu penetapan harga, promosi, distribusi, barang dan jasa untuk menciptakan regenerasi bagi individu maupun kelompok. Sehingga dapat disimpulkan arti pemasaran yaitu suatu proses manajerial yang memasarkan produk ataupun jasa agar individu dan kelompok bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

### Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran sendiri muncul pada tahun 1950 dimana pada saat itu penilaian tentang perusahaan terlalu berfokus pada volume penjualan dan mengabaikan para konsumen. Pada tahun 2007, AMA memberikan pengertian baru tentang pemasaran, yaitu aktivitas pengelolaan lembaga serta prosedur untuk menciptakan, mengkomunikasikan, mendistribusikan, dan menawarkan barang juga jasa yang dianggap berguna bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya (Muhammad Anwar Fathoni, 2018).

### Korean Wave

Pacis (2012:13) mengatakan, *Hallyu* atau Korea Wave merupakan budaya untuk meningkatkan popularitas pop korea terutama pada bidang musik, drama tv dan film. Menurut Kim, Cho & Jung (2014), "*Korean Wave* sukses menyentuh emosi atau perasaan seperti rasa simpati dan empati, citra positif dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam minat beli yang dapat mendukung terjadinya keputusan pembelian".



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesuksesan produk-produk Korea oleh pengaruh *Korean Wave* sangat menguntungkan bukan hanya melalui keuntungan dari ekspor namun juga melalui popularitas selebritas sebagai promosi dan daya tarik bagi konsumen untuk memasarkan produk dan tempat wisata mereka.

## **Drama Korea**

Menurut para ahli Multon yaitu Slamet Muljana (Tarigan, 1985: 70) drama adalah kisah hidup yang di ceritakan melalui gerakan. Drama Korea sendiri menarik banyak minat masyarakat dikarenakan memiliki kualitas yang bagus baik dari segi cerita, episode hingga visual para aktor dan aktris nya. Dampak terbesar yang diakibatkan oleh ketertarikan ini yaitu oada kebudayaannya. Masyarakat mulai untuk menirukan *fashion style*, bahasa, sampai makanannya.

## **K-Mukbang**

*Mukbang* ada dan bermula dari kebiasaan atau tradisi orang Korea yang selalu makan bersama-sama anggota keluarga yang mulai jarang dilakukan lagi akibat dari adanya perubahan sosial. Hong (2017) mengatakan bahwa perubahan yang paling terlihat dalam lingkungan sosial masyarakat Korea Selatan yaitu semakin meningkatnya orang-orang yang tinggal sendiri. Tradisi makan bersama di Korea Selatan ini mulai dilupakan terutama oleh kalangan muda yang sekarang mereka sebut itu sebagai “*single-economy*”. Bagi masyarakat yang melakukan “*single-economy*”, munculnya produk *audiovisual* yaitu YouTube yang menampilkan kegiatan makan membuat mereka tidak merasa kesepian dan merasa memiliki teman.

## **Minat Beli**

Minat merupakan sumber dari motivasi seseorang dan juga hal yang mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan sesuatu. Mowen (1995) mengatakan minat beli adalah keinginan konsumen untuk membeli produk atau merek. Banyak ahli menjelaskan mengenai minat beli yang dapat disimpulkan minat beli sendiri merupakan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rencana atau kegiatan konsumen untuk membeli barang, produk atau merek yang diinginkan.

## METODE PENELITIAN

### Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi yaitu objek maupun subjek yang masing-masing memiliki karakteristik dan kualitas tersendiri yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Suharjo (2013) mengatakan bahwa penelitian ini termasuk ke dalam populasi *infinite* (populasi tidak terbatas) jumlah pastinya tidak pasti dan mungkin akan terus berkembang.

### Sampel

Menurut Everit dan Scronal (2010) sample merupakan bagian dari populasi yang terpilih dari beberapa proses yang memiliki tujuan menyelidiki atau mempelajari sifat-sifat populasi induk. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan mempertimbangkan suatu hal (Sugiyono, 2010). Dikarenakan populasi yang tidak totalnya tidak diketahui, maka jumlah sample dapat ditentukan dengan rumus Rao Purba (2015).

### Data Penelitian

Data penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Kuesioner disebarkan untuk menjawab pertanyaan apakah Korea Wave, Drama Korea, dan Konten K-Mukbang memiliki pengaruh pada Minat Beli produk makanan Korea Selatan.

Penelitian ini juga menggunakan indikator skala likert. Skala liker sendiri ditunjukkan untuk mengukur sikap objek dari yang sangat negatif hingga yang paling positif.

### Jenis Variabel

- 1) Variabel Bebas (Independent Variable)



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel bebas atau Independent variable ialah variabel yang tidak dipengaruhi dan tidak terikat dengan variabel lainnya. Variabel ini tidak dipengaruhi oleh hubungan apapun dalam model penelitian. Pada penelitian ini variabel bebasnya berupa Korean Wave, Drama Korea, dan Konten K-Mukbang.

## 2) Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang akan terpengaruh oleh variabel dan hubungan yang ada dalam model penelitian. Pada penelitian ini, variabel tetapnya berupa Minat Beli terhadap produk makanan Korea.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan dari pengaruh *Korean Wave*, Drama Korea, dan *K-Mukbang* terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Korean Wave* terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Drama Korea terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *K-Mukbang* pada Minat Beli Produk Makanan Korea.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara *Korean Wave*, Drama Korea dan *K-Mukbang* terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea.

### Saran

Terdapat beberapa saran dari peneliti yang dapat berikan yaitu:

1. Bagi perusahaan ataupun usaha makanan Korea, sebaiknya mengembangkan kembali cara promosi menjadi lebih kreatif dan lebih menarik lagi, dikarenakan semakin banyaknya para pesaing baru yang mulai bergerak di bidang yang sama.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa membuat pernyataan ataupun pertanyaan kuesioner dengan lebih baik lagi.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh word of mouth dan brand image terhadap keputusan pembelian pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 35-45.
- Maharsi, S. (2000). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen. *Jurnal Akuntansi dan keuangan*, 2(2), 127-137.
- Frieda, K. (2022). Eksistensi Korean Street Food Ramah Muslim Dalam Meningkatkan Kesejahteraan UMKM di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 20-28.
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena konsumsi budaya korea pada anak muda di kota Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1-16.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144-158.
- Husna, A., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food (Studi Kasus Konsumen Gildak di Jakarta Timur). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 177-191.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205-214.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68-80.
- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan budaya populer. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Nawawi, M. I., Anisa, N., Syah, N. M., Risqul, M., Azisah, A., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4439-4447.
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi menonton drama korea pada remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37-48.
- Prasanti, R. P., & Dewi, A. I. N. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 11(2), 256-269.
- AMALUDDIN, R. (2022). *ANALISIS TAYANGAN K-MUKBANG DALAM MENAMBAH MINAT BELI ATAS PRODUK MAKANAN KOREA (Studi Kasus Remaja di Kota Kendari)* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Thania, E., & Humayrah, W. (2023). Hubungan Kebiasaan Menonton Mukbang terhadap Nafsu Makan, Pola Makan dan Status Gizi Mahasiswa di Jakarta: The Relationship Between Mukbang Viewing Habits Between Eating Appetite, Eating Patterns, And Nutritional Status Of Students In Jakarta. *Pro Health Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 5(1), 324-331.
- Kartika, I. G. A. P. D., Joni, I. D. A. S., & Pradipta, A. D. MOTIF DAN KEPUASAN ANAK MUDA KOTA DENPASAR MENONTON MUKBANG FARIDA NURHAN MELALUI PLATFORM YOUTUBE.
- Aswati, M., Burhan, F., Hasan, H., & Suddin, S. (2023, February). Mukbang: Praktik dan Komunikasi Budaya. In *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)* (Vol. 6, No. 2, pp. 31-37).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Diniaty, D., & Agusrinal, A. (2014). Perancangan strategi pemasaran pada produk anyaman pandan. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 11(2), 175-184.

Pasigai, M. A. (2010). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Balance*, 6(2), 51-56.

Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).

II, B. A. Pengertian Pemasaran.

Mardianto, T. (2022). PENTINGNYA CARA PEMASARAN HASIL PETERNAKAN (AYAM POTONG) DI DESA KARANGREJO KECAMATAN GEMPOL KABUPATEN PASURUAN. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 4(2), 65-77.

Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).

Rahmawati, D. (2019). Pengembahang Pemasaran Produk Roti dan Pastry dengan Bauran Pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 233-243.

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.

Susila, I. G. B., Rosswidjajani, R., & Ratri, A. M. (2017). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21-35.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Mahardika, M., Maryani, E., & Rizal, E. (2022). BUDAYA KOREAN WAVE SEBAGAI KOMODITAS INDUSTRI MEDIA INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(1), 121-133.
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh korean wave dan ulasan online terhadap minat beli produk skin care korea selatan. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 67-74.
- Zahidi, M. S. (2016). KSCC dan Diplomasi Budaya Korea. *Insignia: Journal of International Relations*, 3(01), 44-59.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. M. (2020). Pengaruh brand ambassador dan Korean wave terhadap minat belanja online melalui marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(01), 32-46.
- Ramadhan, R., Hadi, R., & Fajri, G. S. (2022). Pengaruh Drama Korea terhadap Etika dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14233-14242.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Kamil, I., Anggraini, D., & Prihanto, H. (2023). Edukasi Finansial Melalui K-Drama (Korean Drama) Populer. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 193-199.
- Anggraini, Z. A., Lestari, A. A., & Novitasari, H. (2023). Pengaruh Product Placement Dalam Drama Korea Dan E-WOM Terhadap Purchase Intention Pada Produk Scarlett Whitening. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 874-881.
- Raisa, N., & Riza, N. (2023). SENTIMEN ANALISIS TERHADAP OPINI MASYARAKAT MENGENAI DRAMA KOREA PADA TWITTER MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(2), 1312-1320.
- Meliani, R. (2022). Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018/Rizki Meliani/64180451/Pembimbing: Siti Meisyaroh.
- AMALUDDIN, R. (2022). *ANALISIS TAYANGAN K-MUKBANG DALAM MENAMBAH MINAT BELI ATAS PRODUK MAKANAN KOREA (Studi Kasus Remaja di Kota Kendari)* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Atira, S., & Hasmira, M. H. (2022). Persepsi Mahasiswa Universitas Negeri Padang Tentang Kebudayaan Masyarakat Korea Pasca Menonton Tayangan Drama Korea. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 5(1), 85-93.
- Rahma, A. Z., & Wiyono, B. D. (2020). Studi Tentang Perilaku Konsumtif Siswa yang Kecanduan Drama Korea di SMAN 1 Manyar Gresik. *Jurnal BK*, 11, 400.
- Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube" yuka Kinoshita". *eProceedings of Management*, 6(1).
- Kang, E., Lee, J., Kim, K. H., & Yun, Y. H. (2020). The popularity of eating broadcast: Content analysis of "mukbang" YouTube videos, media coverage, and the health impact of "mukbang" on public. *Health informatics journal*, 26(3), 2237-2248.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.
- Russanti, I. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3), 62-68.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18-25.
- Samsuri, T. (2003). Kajian, Teori, Kerangka Konsep dan Hipotesis dalam Penelitian.
- Rahmayanti, A. I., Miranti, M. G., Bahar, A., & Purwidiani, N. PENGARUH DRAMA KOREA TERHADAP MINAT BELI KOREAN FOOD PADA MAHASISWA SURABAYA.
- Lupitasari, S., Nurlaela, L., & Miranti, M. G. (2020). PENGARUH KOREAN WAVE DAN MAKANAN KOREA TERHADAP MINAT MAKAN HIDANGAN KOREA PADA MASYARAKAT KOTA MADIUN. x (x). *Junral Tata Boga*, 11(1).
- Fitri, D. A. (2019). *Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.
- Villa, C., & Utami, L. S. S. (2023). Pengaruh Product Placement Kopiko dalam Drama Korea terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Muda. *Prologia*, 7(1), 1-7.
- Ukkas, M. I. (2017). Implementasi skala likert pada metode perbandingan eksponensial untuk menentukan pilihan asuransi. *SESINDO 9*, 2017.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Aplikasi model tam (technology acceptance model) pada perilaku pengguna instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(2), 101948.
- Herlina, E., Iman, D. T., & Maizufri, M. Pendobrakan Marjinalisasi Perempuan pada Drama Korea Because This is My First Life (Perspektif Binar Patriarki Helene Cixous). *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*, 8(1), 43-58.
- Fitri, D. A. (2019). *Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Alimudin, M., Yuline, Y., & Wicaksono, L. (2019). Analisis Dampak Menonton Drama Korea Terhadap Peserta Didik Kelas Viii Mts N 2 Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 8(3).
- Hijra, H. (2022). PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN SCARLETT DI MAKASSAR). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 01-15.
- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan budaya populer. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi menonton drama korea pada remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37-48.
- Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube" yuka Kinoshita". *eProceedings of Management*, 6(1).
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 3(2).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *WIDYAKALA JOURNAL: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, 3, 49-56.
- Jayanti, R. D., & Widodo, H. (2010). Pengaruh ketidakpastian lingkungan dan karakteristik informasi akuntansi manajemen terhadap kinerja manajerial (studi pada perusahaan BUMN di Jawa Timur). *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 2(2), 150-158.
- Maswar, M. (2017). Analisis statistik deskriptif nilai UAS ekonometrika mahasiswa dengan program SPSS 23 & Eviews 8.1. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 1(2), 273-292.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Ranti, M. G., Budiarti, I., & Trisna, B. N. (2017). Pengaruh kemandirian belajar (self regulated learning) terhadap hasil belajar mahasiswa pada mata kuliah struktur aljabar. *Math Didactic: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 75-83.
- Amry, Z. (2011). Uji Normalitas Dan Homogenitas Dalam Penelitian Kuantitatif.
- Wirantasa, U. (2017). Pengaruh kedisiplinan siswa terhadap prestasi belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 7(1).
- Amalia, R., & Kumoro, A. C. (2016). Analisis sifat fisikokimia dan uji korelasi regresi antara nilai derajat substitusi dengan swelling power dan solubility pada tepung gadung (*Dioscorea hispida* Dennst) terasetilasi. *Jurnal Inovasi Teknik Kimia*, 1(1).
- Susiani, S., Syah, M., & El-Falahy, L. (2018). *Uji korelasi pengetahuan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bmt pat sepakat iain curup* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Siregar, R., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).

EKONOMETRIKA, B. A., & BASUKI, A. T. UJI MULTIKOLINEARITAS DAN PERBAIKAN MULTIKOLINEARITAS.

Effendy, M., Surya, T. M., & Mubarak, M. M. (2009). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Resiko Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Kesatuan (JIK)*, 11(1).

Setiawan, B. (2017). Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda Dua Variabel Bebas.

Suherman, H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Selaras Karya Raya Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(1), 1-14.

Arna, W. B., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 1(1).

Valentina, A., & Istriyani, R. (2013). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(2).

Rahmayanti, A. I., Miranti, M. G., Bahar, A., & Purwidiani, N. PENGARUH DRAMA KOREA TERHADAP MINAT BELI KOREAN FOOD PADA MAHASISWA SURABAYA.

Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM.

Vivi Silvia, S. E. (2020). *Statistika Deskriptif*. Penerbit Andi.

Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sari, E. B., Hulaify, A., & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Korean Food Menurut Teori Perilaku Konsumen Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 139-148.

