

**PENGARUH *KOREAN WAVE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *KOREAN FOOD*
MENURUT TEORI PERILAKU KONSUMEN ISLAM**

**(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari)**

Erycha Budiana Sari¹, Akhmad Hulayfi², Zakiyah³

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM 18510142

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN1118118202

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN1124028306

E-mail: Erychabudianasari@gmail.com

ABSTRAK

Korean Wave merupakan budaya populer yang berasal dari Korea Selatan. Kehadiran fenomena *Korean Wave* membuat trend *Korean Food* semakin meningkat, adanya trend tersebut membuat perubahan pada perilaku konsumsi dan minat beli konsumen dalam membeli sebuah produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Korean Wave* terhadap minat beli pada produk *Korean Food* pada kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode *simple random sampling* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dengan jumlah responden sebesar 84 orang dari 516 orang populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai t hitung > nilai t tabel ($7,637 > 1,663$) dari uji hipotesis yaitu uji t (parsial) artinya dari hasil tersebut menunjukkan terhadap pengaruh variabel (X) *Korean Wave* terhadap variabel (Y) Minat Beli, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan peresentase pengaruh *Korean Wave* terhadap minat beli produk *Korean Food* menunjukkan hasil tingkat kemampuan variabel X (*Korean Wave*) mempengaruhi variabel Y (Minat Beli) sebesar 41,8% dari hasil uji koefisien determinasi.

Kata Kunci : *Korean Wave, Konsumsi, Minat Beli, Perilaku Konsumen*

DAFTAR PUSTAKA

SI BUKU

Aminoto, Toto dan Dwi Agustina. (2020). *Mahir Statistika dan SPSS*. Jawa Barat: EDU Publisher.

Anggito, Alpi & Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.

Darma, Budi. (2021). *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji T, R₂*. Jakarta: Guepedia.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Sleman: Deepublish.

Jaya, I Made L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. Monalisa. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Pantas, P. E. (2021). *Dasar-Dasar Ekonomi Mikroekonomi Islam*. Yogyakarta: UAD Press.

Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Surakarta: Tahta Media.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Tersiana, Andra. (2020). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Zainal, V. R., dkk. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

JURNAL

Azmi, Ulul. (2019). *Dampak Korean Wave (Hallyu) Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Stie Nobel Indonesia Makassar*. Makassar: STIE Nobel Indonesia Makassar.

Cahyani, Anisa dan Zakiyah Zahara. (2021). Pengaruh Korean Wve dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Studi Manajemen & Riset Terapan*, 1 (1), hlm. 20-26.

Dhaedina, Z., dkk., (2021). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Image, dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7 (1), 244.

Fadilah, N. (2020). Teori Konsumsi, Produksi, dan Distribusi Dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan*, 1 (4), 24.

Furqon, I. K. (2018). Teori Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Hukum Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6 (1), 13. Hamid, A. (2019). Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3 (2), 211.

H, Ardian Rahman dan Adthiya Wardana. (2019). *Pengaruh Iklan Di Televisi Terhadap Minat Beli Produk Indomie Rasa Mie Aceh Dengan Pendekatan AIDA (Survei Pada Warga Kota Cimahi-Jawa Barat)*. *Jurnal E-Proceeding Of Management*. 6 (3), 6162-6171.

Ichsan, M., dkk. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal E-Proceeding Of Management*, 5 (2), 183.

Istianah & Mintaraga Ema Surya. (2021). Terjemahan Al-Quran Quraish Shihab Ayat Produksi, Distribusi, dan Konsumsi. *Jurnal Istinah Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya*, 2 (1), 122.

Jayusman, Iyus & Oka Agus Kurniawan Shavab. Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7 (1), 13-20.

Kusumawardani, Naomi. (2021). Pengaruh Boyband Korea Sebagai Duta Merek, Kepribadian Merek, dan Gelombang Budaya Korea Terhadap Minat Beli Produk Sheet Mask Studi Kasus Pada Merek Mediheal. *Jurnal Of Management and Business Review*, 18 (2), hlm. 365-379.

- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaidi, D. (2019). Pengaruh Experimental Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Café Kota Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga Bisnis*, 10 (2), 208-209.
- Mufidah, J. A. Hidayat, A. R., dan Hidayat, Y. R. (2018). Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung. *Jurnal Prosiding Keuangan & Perbankan Syariah*, 5 (2), 423.
- Novarianti, A. D. dan Andri A. (2021). Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas. *Jurnal Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 1 (1), hlm. 30-37.
- Prastiwi, F. T. R, dkk. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7 (1), hlm. 55-60.
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2020). Pengaruh Korean Wave dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKR-ITH Ekonomika*, 4 (1), 68.
- Taslim, V. A., & Pramuditha, C. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang. *Jurnal Publik Riset Mahasiswa Manajemen*, 2 (2), 144.

SKRIPSI, TESIS, KARYA ILMIAH

- Arifiana, Meila Hasna. (2021). *Analisis Pengaruh Globalisasi Media, Budaya Populer, Tarif Impor, Tingkat Pendapatan, dan Selera Terhadap Keputusan Konsumen*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Lestari, Heppiana. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Malang: Skripsi Universitas Brawijaya.
- Man, Desi Budi Yanti. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syari Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara*. Medan: Skripsi UIN Sumatera Utara.
- Masturah, W. F. (2020). *Pengaruh Budaya Korean Wave dan Perilaku Fan Enterepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha Studi Kasus Pada Mahasiswa SI Manajemen dan Bisnis USU*. Medan: Skripsi USU.
- Saefuloh, A. (2019). *Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. Semarang: Skripsi UIN Walisongo.
- Saputri, Lely Diana Sari. (2018). *Willingnes To Pay Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2014-2017 Terhadap Mie Samyang Berlabel Halal LPPOM MUI*. Yogyakarta: Skripsi UNY.
- Yanti, D. B. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syari Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera*

Utara. Medan: Skripsi UIN Sumatera Utara.

INTERNET

Badan Pusat Statistik. (2022, Maret 13). *Ekspor dan Impor*. Dikutip dari Website:

<https://www.bps.go.id/exim/>.

Di akses pada 13 Maret 2022 pukul 14.00 Wita.

Fakultas Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari. (2022, Juni 17).

Sejarah- Fakultas Studi Islam. Dikutip dari Website: https://fsi.uniska-bjm.ac.id/?page_id=700. Di akses pada 17 Juni 2022 pada pukul 19.17 Wita.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. (2022, Maret 04). *Konsumsi*. Dikutip dari Website:

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Konsumsi>. Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.

Kedutaan Besar Republik Korea Untuk Republik Indonesia. (2022, Maret 04). *Hallayu: Gelombang*

Korea (한류: Korea Wave). Dikutip dari Website Kedutaan Besar Republik Korea Untuk Republik

Indonesia: <https://overseas.mofa.go.kr/id->

[id/wpge/m_2741/contents.do#:~:text=Istilah%20yang%20kini%20merujuk%20pada,popnya%20yang](https://overseas.mofa.go.kr/id-wpge/m_2741/contents.do#:~:text=Istilah%20yang%20kini%20merujuk%20pada,popnya%20yang)

[%20mendapatkan%20popularitas%20di](https://overseas.mofa.go.kr/id-wpge/m_2741/contents.do#:~:text=Istilah%20yang%20kini%20merujuk%20pada,popnya%20yang). Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.

Kementrian Keuangan RI. (2022, Maret 04). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 8 Tahun*

1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dikutip dari Website Kemenku:

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>. Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.

Korean Cultur Center. (2022, Maret 12). *Kontes Penerjemah Karya Sastra Korea*. Dikutip dari

Website KCC: <https://id.korean-culture.org/id/486/board/232/read/106145>. Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.

Korean Cultural Center. (2022, Maret 12). *Pengantar KCCI*. Dikutip dari Website KCCI:

<https://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>. Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.

Mulyono. (17 April 2022). *Asumsi Uji Asumsi Klasik*. Dikutip dari BINUS Universitas Business

School: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>. Di akses pada 17 April 2022 pukul 14.00 Wita.

Sarajwati, M. K. A. (2022, Maret 04). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Dikutip dari Website

UGM: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>. Di akses pada 13 Maret 2022 puku 06.00 Wita.