

**ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN STYLE*
MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI MAKANAN
DI KOTA MEDAN**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi



OLEH

Nama : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Program studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata -I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Senin, 14 Agustus 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

NAMA : REYNALDI PUTRA ADILA
N P M : 1905180060
JURUSAN : EKONOMI PEMBANGUNAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN STYLE* MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI MAKANAN DI KOTA MEDAN

DINYATAKAN : (B+) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dra. LAILAN SAFINA HASIBUAN, M.Si)

Penguji II

(SRI ENDANG RAHAYU, SE., M.Si)

Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(Dr. H. JANURI, SE., M.M., M.Si)



Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, SE., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : REYNALDI PUTRA ADILA

NPM : 1905180060

Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN

Alamat Rumah : JLN BINJAI KM 8,5 GG. KELUARGA NO 7 KAMPUNG
LALANG MEDAN

Judul : ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN
STYLE* MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI
MAKANAN DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Juli 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si.

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. JANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Reynaldi Putra Adila
N.P.M : 1905180060
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Alamat Rumah : Jl. Binjai KM. 8.5 Kampung Lalang
Judul Skripsi : Analisis Perubahan Perilaku dari *American Style* Menjadi *Korean Style* terhadap Konsumsi Makanan Di Kota Medan.

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
3 Juni 2023	Memberikan Kuisioner Penelitian		
4 Juni 2023	Memberikan Hasil Revisi Kuisioner Penelitian		
7 Juni 2023	Memberikan Revisi Kuisioner Penelitian		
5 Juli 2023	Memberikan dan Revisi untuk Bab 3 untuk metode Penelitian dan teknik untuk Tujuan penelitian		
21 Juli 2023	Memberikan Hasil Revisi Bab 3 dan memberikan Hasil Bab 4 Hasil dan pembahasan tentang kerjasama Indonesia - Amerika dan Korea Selatan dan memberikan Hasil pengelolahan data dari Hasil Kuisioner		
21 Juli 2023	ACC 4/ di untuh di Meja Hijau		

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Medan, Juli 2023
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : REYNALDI PUTRA ADILA
NPM : 1905180060
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN STYLE*
MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI MAKANAN
DI KOTA MEDAN

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil Plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya yang menyatakan



REYNALDI PUTRA ADILA

ABSTRAK

ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN STYLE* MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI MAKANAN DI KOTA MEDAN

REYNALDI PUTRA ADILA

1905180060

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

E-mail : putraa2605@gmail.com

Permasalahan pada penelitian ini adalah adanya fenomena perubahan perilaku konsumsi pada makanan yang awal mulanya masyarakat Kota Medan lebih suka dengan makanan *American Style* berubah menjadi lebih menyukai makanan dengan gaya *Korean Style* hal ini menyebabkan adanya perubahan perilaku konsumsi bagi masyarakat di Kota Medan. Tujuan dalam penelitian ini adalah Melakukan analisa faktor – faktor apa saja yang menyebabkan perubahan perilaku dan melakukan analisa mengenai perubahan perilaku dalam konsumsi makanan *Korean style* di kota Medan. Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah jenis penelitian kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang orang atau perilaku yang di amati dan bertujuan untuk menganalisis. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer adalah data hasil wawancara dan hasil pustaka, data sekunder adalah data yang diperoleh langsung dari hasil publikasi yang berasal dari website-website resmi, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan data dalam bentuk buku maupun jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling. Pada kusioner ini di gunakan skala Likert, peneliti melakukannya secara snowball sampling (bagian dari non-probability sampling).

Kata kunci : *American Style*, *Korean Style*, Perubahan Perilaku, Ekspor dan Impor

ABSTRACT

ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI *AMERICAN STYLE* MENJADI *KOREAN STYLE* TERHADAP KONSUMSI MAKANAN DI KOTA MEDAN

REYNALDI PUTRA ADILA

1905180060

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

E-mail : putraa2605@gmail.com

The problem in this study is that there is a phenomenon of changes in consumption behavior in food, which initially the people of Medan City prefer *American Style* food to change to prefer food with *Korean Style*, this causes a change in consumption behavior for people in Medan City. The purpose of this research is to analyze the factors that cause changes in behavior and conduct an analysis of changes in behavior in the consumption of *Korean style food* in the city of Medan. This type of research is a type of qualitative research, which produces descriptive data in the form of written or spoken words from people or observed behavior and aims to analyze. The type of data used in this study is primary data and secondary data. Primary data is data from interviews and library results, secondary data is data obtained directly from the results of publications originating from official websites, such as the Central Statistics Agency (BPS) and data in the form of books and journals related to this research. The data collection technique used in this study uses non-probability sampling. In this questionnaire, a Likert scale was used, the researcher used snowball sampling (part of non-probability sampling).

Keywords: *American Style*, *Korean Style*, consumption behavior, Exports and Import

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi umat dari alam Jahiliyah kearah kehidupan yang penuh petunjuk, sehingga penulis dapat menyusun penelitian ini dengan judul **“ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU DARI AMERICAN STYLE MENJADI KOREAN STYLE TERHADAP KONSUMSI PADA REMAJA DI KOTA MEDAN (Medan,)”**.

Penulis menyadari penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Penulis menyampaikan ucapan hormat dan terima kasih kepada :

1. Kepada orang tua, Bapak Keriadi sebagai Ayah saya, Linda Niswati Sinaga sebagai Ibu saya dan kedua orang adik Rizki dan Reihan yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan bantuan, baik bantuan materi maupun bantuan moril selama pembuatan penelitian ini serta doa yang tulus sehingga saya dapat melewati segala proses yang saya jalani.
2. Bapak Dr. H. Agussani, MAP, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Januri, S.E., M.M., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
4. Ibu Prawidya Hariani RS sebagai Ketua Jurusan Ekonomi

Pembangunan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah banyak membimbing selama pembuatan penelitian ini.

5. Ibu Dra. Roswita Hafni, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah memberi bimbingan, arahan dan nasihat kepada penulis dalam pembuatan penelitian ini.
6. Ibu Dra. Lailan Safina, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam menentukan pengambilan mata kuliah.
7. Kepada Bapak/Ibu Dosen Ekonomi Pembangunan yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Seluruh Staf Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengurusan berkas-berkas yang dibutuhkan.
9. Kepada wan bimbi selaku orang yang telah membantu dan mendukung saya untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya Sidik, Reza, Agung, iki, Aisyah teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan selama pembuatan penelitian ini

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	20
1.3 Batasan Masalah.....	20
1.4 Rumusan Masalah	21
1.5 Tujuan Penelitian.....	21
1.6 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teoritis	23
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	23
2.2 Teori Prilaku.....	26
2.2.1 Jenis-jenis perilaku.....	28
2.2.2 Bentuk-bentuk perilaku	28
2.2.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku	28
2.3 Teori Permintaan	29
2.4 Ekspor	33
2.5 Impor	34
2.6 Perubahan Prilaku.....	34
2.6.1 Bentuk Perubahan Perilaku	37
2.6.2 Tahapan Perubahan Perilaku	38
2.6.3 Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Manusia.....	40
2.7 Pengertian Konsumsi.....	44
2.7.1 Teori Konsumsi	45
2.7.2 Fungsi Konsumsi	49
2.7.3 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Komsumsi.....	51
2.8 Penelitian Terdahulu.....	53
2.9 Kerangka Penelitian	55
2.9.1 Kerangka berpikir.....	55

2.9.2 Kerangka Konseptual	56
2.10 Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis penelitian	57
3.2 Definisi Operasional.....	57
3.3 Tempat dan waktu penelitian.....	59
3.4 Jenis dan Sumber Data	59
3.5 Populasi	59
3.6 Sampel.....	59
3.7 Teknik Analisis Tujuan Penelitian	60
3.8 Teknik Pengumpulan Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Kondisi Kota Medan	66
4.1.1 Kondisi Demografi Kota Medan.....	67
4.1.2 Kerjasama Indonesia dan Amerika Serikat	70
4.1.3 Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan	72
4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian.....	73
4.2.1 Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia-Amerika Serikat tahun 2017-2022	73
4.2.2 Analisis Faktor yang merubah perilaku konsumsi makanan dari American Style menjadi Korean Style di Kota Medan	84
4.2.3 Hasil Penelitian Analisis SM-PLS.....	87
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ekspor Bahan Baku Indonesia – Amerika 2017-2021	4
Tabel 1.2 Impor Bahan Baku Indonesia dari Amerika,2017-2021	5
Table 1.3 10 Restoran Terlaris di Indonesia.....	9
Tabel 1.4 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan,2017-2021	14
Tabel 1.5 Ekspor Bahan Baku Indonesia- Korea, 2017-2021.....	15
Tabel 1.6 Impor Bahan Baku Indonesia dari Korea,2017-2021.....	16
Tabel 1.7 10 Restoran Korea di Medan.....	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	57
Tabel 4.1 Convergent Validity Masyarakat Kota Medan	87
Tabel 4.2 Convergent Validity Faktor Kebudayaan.....	88
Tabel 4.3 Convergent Validity Faktor Sosial.....	90
Tabel 4.4 Convergent Validity Faktor Pribadi	91
Tabel 4.5 Convergent Validity Faktor Psikologis	92
Tabel 4.6 Discriminante Validity Pada Avarage Extracted (AVE).....	94
Tabel 4.7 Composite Reliability.....	95
Tabel 4.8 R-Squared.....	96
Tabel 4.9 F Squared.....	97
Tabel 4.10 Uji Hipotesis.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia 2022	7
Gambar 1.2 Popularitas Hallyu di Indonesia 2017	11
Gambar 2.1 Kurva Indiferen	24
Gambar 2.2 Kurva <i>Budget Line</i>	25
Gambar 2.3 Kurva Pilihan Konsumen	26
Gambar 2.4 Kurva Permintaan.....	31
Gambar 2.5 Gambar Kurva Konsumsi Keynes dengan MPC Menurun	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Persentase Responden yang Tertarik Gunakan Produk Korea Selatan (2019) .	17
Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur (Juni 2022)	68
Grafik 4.2 Nilai Ekspor Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2019-2021	74
Grafik 4.3 Jenis barang ekspor Indonesia ke Amerika Serikat 2017-2021	75
Grafik 4.4 Nilai Impor Negara Indonesia dan Amerika Serikat Tahun 2017-2021	76
Grafik 4.5 Nilai Ekspor dan Impor Bulanan Indonesia(2020-Januari 2023).....	78
Grafik 4.6 Nilai Ekspor Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2017-2022	80
Grafik 4.7 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021.....	81
Grafik 4.8 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022	82
Grafik 4.9 Jenis barang Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022	83
Grafik 4.10 Usia Responden	84
Grafik 4.11 Jenis Media Sosial Responden Mengenal American Food dan Korean Food.	85
Grafik 4.12 Jenis Pekerjaan Responden Mengenal <i>American Food</i> dan <i>Korean Food</i>	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era Globalisasi ini, membaurnya bangsa – bangsa di dunia membuat tatanan kehidupan masyarakat luas yang beraneka ragam sekaligus juga membuka untuk semua masyarakat. Hal ini juga mempengaruhi terhadap gaya hidup dan perubahan perilaku, Globalisasi juga yang mempengaruhi budaya barat masuk ke Indonesia. Globalisasi dapat dikatakan sebagai proses integrasi berbagai informasi, budaya, ekonomi, politik dan yang lainnya dari berbagai dunia. Dengan semakin berkembangnya teknologi, maka semakin memudahkan seluruh masyarakat untuk menerima informasi secara cepat, baik informasi dari dalam negeri maupun luar negeri. Globalisasi tidak menutup kemungkinan membuka peluang bagi budaya-budaya asing untuk masuk dan berkembang di Indonesia. Karena globalisasi budaya merupakan suatu gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu negara ke seluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture*.

Budaya populer merupakan suatu pandangan hidup, praktik, dan karya yang banyak disukai oleh banyak orang. Budaya populer adalah budaya yang berkembang mengikuti perubahan zaman yang perkembangannya lebih banyak ditentukan industri komunikasi, seperti film, televisi, media berita, industri iklan, dan media *online*. Allan O Connor menjelaskan istilah *pop culture* mengacu pada proses budaya yang berlangsung diantara masyarakat umumnya (*general public*). (Mulyana, 2015).

Budaya populer merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ideologi kapitalisme yang memengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Ideologi budaya populer akan berorientasi pada logika yang bersifat umum, selera massa atau motivasi hiburan yang semata hanya untuk kesenangan. Relasi yang dikembangkan dalam budaya populer tidak lebih seperti relasi antara bintang dengan penggemarnya yang kemudian penggemar akan meniru apa yang dilakukan sang bintang. (Mulyana, 2015).

Pertumbuhan budaya didukung dari berbagai aspek diantaranya adalah internet dan media budaya pada masyarakat. Internet membawa informasi dari negara satu ke negara lainnya dengan waktu yang singkat hal tersebut tentunya menjadikan semakin luasnya lahan informasi budaya dari suatu negara kepada negara lainnya, hal ini lah yang dapat membuat perubahan perilaku pada masyarakat di suatu negara salah satunya Indonesia.

Perubahan perilaku merupakan suatu paradigma bahwa seseorang akan berubah sesuai dengan apa yang seseorang pelajari dengan baik dari keluarga, teman, sahabat ataupun belajar dari diri sendiri, proses pembelajaran diri inilah yang dapat membentuk seseorang, sedangkan pembentukan tersebut sangat sesuai dengan kondisi dan kebutuhan orang tersebut baik dalam kesehariannya maupun dalam keadaan tertentu (Irwan, 2017).

Faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku salah satunya ialah persepsi, Persepsi merupakan pengalaman yang dihasilkan melalui indra penglihatan, penciuman, pendengaran dan sebagainya. Melalui persepsi seseorang dapat mengetahui atau mengenal objek berdasarkan fungsi penginderaan. Persepsi

dipengaruhi oleh minat, kepentingan, kebiasaan yang dipelajari, bentuk, latar belakang, kontur kejelasan atau kontur letak.

Perubahan perilaku juga dapat mempengaruhi perubahan sosial termasuk juga masyarakat Indonesia, salah satu faktor mempengaruhi perubahan sosial masyarakat Indonesia ialah budaya barat, seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat Indonesia dengan gampang terpengaruh dengan budaya barat apalagi teknologi di era sekarang pun juga semakin maju, hal tersebut menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan budaya barat gampang mempengaruhi masyarakat Indonesia.

Saat ini, perkembangan budaya asing cukup populer yang di dominasi oleh budaya barat yang pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam mempengaruhi dan menyebarkan budaya populer. Negara Amerika Serikat menjadi negara maju yang kebudayaannya banyak diadopsi oleh negara lain, salah satunya Indonesia

Peran Amerika Serikat dalam mempengaruhi dan menyebarkan budaya bisa melalui teknologi, lagu, dan makanan yang di sebabkan adanya perkembangan di era globalisasi, bukan hanya teknologi saja melainkan dengan adanya barang-barang yang di import langsung dari negara Amerika seperti bahan-bahan baku seperti buah-buahan, daging, dan kedelai. Hal ini lah salah satu penyebab budaya barat dapat masuk ke Indonesia dengan di perkuatnya *ekspor* dan *impor* pada kedua negara.

Tabel 1.1 Ekspor Bahan Baku Indonesia - Amerika, 2017-2021

Bahan Baku	2017	2018	2019	2020	2021
	Nilai CIF : 000 US\$				
Ikan segar	6 200,0	3 198,5	3 355,7	5 088,2	6 567,4
Minyak	22,8	39,1	38,5	0,1	0,2
Karet	980,4	831,7	760,5	589,6	912,7
Kopi	256 351,4	254 030,7	253 830,1	202 352,0	194 769,1
Lada hitam	28 353,5	8 184,9	7 025,8	8 814,4	6 956,0
Lada putih	20 242,4	9 424,5	9 083,2	10 381,2	15 645,8
Minyak bumi	637,3	732,9	00	00	00
Minyak sawit	938,7	756,8	658,6	784,5	1 816,8
Sarang burung	13 248,6	12 772,0	12 917,7	16 055,6	26 736,1

Sumber: Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai ekspor negara Indonesia kepada negara Amerika, bahan-bahan baku tersebut antara lain ikan segar, minyak, karet, kopi dan bahan baku lainnya. Dilihat dari nilai di atas dari tahun 2017 sampai 2021, Indonesia mengekspor paling banyak bahan baku berupa Kopi ke negara Amerika dengan nilai US\$ 256.351 ribu pada tahun 2017 namun dari tahun 2018 sampai dengan 2021 memiliki penurunan nilai ekspor kopi ditambah lagi dengan adanya *COVID-19*, yang merupakan salah satu penyebab adanya penurunan nilai ekspor. Indonesia juga mengekspor rempah-rempah seperti lada hitam dan lada putih, bisa kita lihat dari tabel di atas nilai ekspor lada hitam dan lada putih ke negara Amerika, untuk nilai lada hitam pada tahun 2017 memiliki nilai US\$ 28.353 dan pada tahun 2018 sampai dengan 2021 memiliki penurunan nilai ekspor, sedangkan nilai lada putih pada tahun 2017 dengan nilai ekspor US\$ 20.242, dan nilai dari 2018 sampai dengan 2021 mengalami penurunan nilai ekspor.

Tabel 1.2 Impor Bahan Baku Indonesia dari Amerika, 2017-2021

Bahan Baku	2017	2018	2019	2020	2021
	Nilai CIF : 000 US\$				
Buah-buah	116 226,6	110 523,0	124 886,7	102 098,3	94 250,3
Daging	55 982,6	52 332,3	85 614,3	73 935,4	106 976,6
Sayur	17 326,1	17 380,7	18 302,1	15 649,7	15 880,0
Kedelai	1 133 856,9	1 072 070,8	1 000 102,3	905 637,7	1 286 840,7
Gandum	277,1	235,8	342,0	341,8	134,7
Tembakau	58 050,8	92 975,1	34 447,8	44 900,3	34 248,8

Sumber: Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai impor negara Indonesia yang berasal dari negara Amerika, bahan-bahan baku tersebut antara lain buah-buahan, daging, sayur, biji kedelai, gandum, dan tembakau. Dilihat dari nilai di atas dari tahun 2017 sampai 2021, menurut 5 tahun terakhir bahan baku yang di impor dari Amerika mengalami penurunan seperti buah-buahan yang awalnya US\$ 116.226 pada tahun 2017 menjadi US\$ 94.250 pada tahun 2021, untuk bahan baku daging yang mulanya pada tahun 2017 memiliki nilai impor US\$ 55.982 pada tahun 2021 memiliki kenaikan nilai impor US\$ 106.976, dan untuk bahan baku paling banyak jumlahnya dan stabil merupakan kedelai dengan nilai impor pada tahun 2017 sampai tahun 2021 sebesar hampir US\$ 1.13 Miliar. Penyebab nilai harga kedelai besar di karenakan kedelai salah satu bahan baku makanan tradisional yaitu tempe dan tahu, untuk memenuhi kebutuhan domestik Indonesia mengimpor kedelai dalam jumlah yang besar agar tidak terjadi kelangkaan.

Dengan adanya impor bahan baku dari negara Amerika, dapat mempengaruhi makanan-makanan khas Amerika yang banyak di temukan di Indonesia. Seperti *hamburger*, *hot dog* atau makanan yang menggunakan bahan baku daging dan gandum. Negara Indonesia bukan hanya dapat mengimpor baran-barang atau bahan-bahan baku saja, melaikan negara Indonesia jugak mengekpor produk dan bahan baku ke negara Amerika salah satunya pakaian, karet, kopi dan bahan baku lainnya, Indonesia memiliki peran yang sangat bagus memiliki peran dalam strategis dalam ekonomi menjadi kawasan Indonesia menjadi salah satu sumber utama pertumbuhan ekonomi dan indutri dunia.

Penyebab perubahan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk makanan yang berasal dari budaya barat seperti Amerika serikat, dikarenakan masyarakat Indonesia ingin mengkonsumsi makanan–makanan yang dimasak menggunakan bahan-bahan yang asli dari asalnya, sebab makanan barat lebih menonjolkan bahan-bahan dari produk unggas dan daging-dagingan.

Negara Amerika menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer, antara lain dalam bidang bisnis yaitu bisnis makanan cepat saji diantaranya *Starbucks*, *Mc.Donal's*, *Pizza Hut*, *Burger King*. Berbagai bisnis makanan cepat saji tersebut sangat dikaitkan dengan *america style* karena hal tersebut merupakan simbol dominan dari pemasaran yang dilakukan Amerika Serikat. kebanyakan masyarakat Indonesia telah mengikuti budaya Amerika dari segi *lifestyle*, *Fashion*, dan Makanan. Hal ini lah yang menyebabkan perubahan perilaku masyarakat Indonesia untuk mengikuti budaya dari Amerika yang biasa disebut dengan *American style*.



Gambar 1.1 10 Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia,2022

Restoran atau *fast food* hampir selalu menjadi pilihan pertama masyarakat di seluruh dunia ketika menghabiskan waktu bersama orang-orang terdekat. Restoran cepat saji mudah ditemukan di berbagai negara dan berbagai kota.

Oleh karena itu tidaklah heran, jumlah restoran cepat saji sangat banyak jumlahnya hingga mencapai puluhan ribu di seluruh dunia.

berikut ini daftar restoran cepat saji dengan jumlah gerai terbanyak di dunia:

1. *Subway* – 41.500 gerai
2. *McDonald's* – 37.900 gerai
3. *Starbucks* – 29.900 gerai
4. *KFC* – 22.600 gerai
5. *Pizza Hut* – 18.500 gerai
6. *Burger King* – 17.800 gerai
7. *Domino's* – 16.300 gerai

8. *Dunkin' Donuts* – 11.800 gerai
9. *Baskin-Robbins* – 8.100 gerai
10. *Hunt Brothers Pizza* – 7.500 gerai

Subway muncul sebagai perusahaan makanan cepat saji terbesar berdasarkan jumlah gerai yang tersebar di seluruh dunia. Di negara asalnya yakni Amerika Serikat, *Subway* sudah memiliki hingga lebih dari 25 ribu gerai. *Subway* muncul sebagai perusahaan makanan cepat saji terbesar berdasarkan jumlah gerai yang tersebar di seluruh dunia. Di negara asalnya yakni Amerika Serikat, *Subway* sudah memiliki hingga lebih dari 25 ribu gerai. Terkenal akan roti lapis *submarine* dan saladnya, setiap hari *Subway* menjual sekitar 7,6 juta roti lapis yang diperkirakan penjualan roti lapis *Subway* dalam 1 tahun bisa digunakan untuk menutupi seluruh permukaan bumi sebanyak 14 kali. *Subway* kembali hadir di Indonesia pada 2021 dan membuka gerai pertamanya di Cilindak Town Square. Restoran *Subway* sebelumnya pernah membuka gerai di Indonesia pada 1990-an namun tutup pada awal 2000-an.

Sementara salah satu perusahaan cepat saji yang paling terkenal di Indonesia yaitu *McDonald's*. *McDonald's* merupakan restoran cepat saji terbesar di dunia yang dirintis pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dengan produk unggulan berupa Burger bernama Bigmac, *McDonald's* hingga saat ini telah memiliki ribuan restoran yang tersebar di lebih dari 100 negara, salah satunya Indonesia. *McDonald's* pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1991 dengan membuka restoran pertamanya di Sarinah, Thamrin. Pada tahun 2022 telah membuka sekiranya lebih dari 37.900 gerai di dunia.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa *fast food* banyak diminati oleh masyarakat dunia salah satunya masyarakat Indonesia, hal tersebut mempengaruhi perubahan perilaku terhadap konsumsi masyarakat Indonesia yang mengikuti budaya barat atau *American style*.

Table 1.3 10 Restoran Terlaris di Indonesia

No	Nama	Nilai / USD
1	KFC	334.400.000
2	McDonald's	314.100.000
3	Pizza Hut	235.800.000
4	Starbucks	82.800.000
5	Hoka Hoka Bento	82.700.000
6	Restoran Sederhana	71.300.000
7	Chatime	65.200.000
8	Kopi Kenangan	60.300.000
9	J Co Donuts & Coffee	59.600.000
10	Kopi Janji Jiwa	52.700.000

Sumber : databoks.katadata.co.id

Pada 2021 restoran makanan cepat saji *KFC* mencetak penjualan USD 334,4 juta di Indonesia. Angka itu menjadikan *KFC* sebagai restoran dengan penjualan tertinggi di skala nasional. Di bawahnya ada McDonald's dan PizzaHut dengan rincian seperti terlihat pada grafik.

"Jaringan layanan makanan internasional seperti *KFC*, *McDonald's*, dan *Pizza Hut* mendominasi pasar Indonesia. Namun, pada 2021 tiga pemain besar itu baru menguasai 4% dari pasar, menyisakan ruang untuk ekspansi lebih lanjut," Kendati *brand* internasional mendominasi, ada juga restoran lokal yang masuk ke jajaran terlaris di Indonesia pada 2021, yaitu Hoka Hoka Bento, Restoran Sederhana, Kopi Kenangan, J Co Donuts & Coffee, dan Kopi Janji Jiwa. Adapun

dari 10 usaha makanan dan minuman terlaris ini, Restoran Sederhana menjadi satu-satunya yang menawarkan menu makanan tradisional, yaitu masakan Padang.

Penyebab perubahan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk makanan yang berasal dari budaya barat seperti Amerika Serikat, dikarenakan masyarakat Indonesia ingin mengkonsumsi makanan-makanan yang dimasak menggunakan bahan-bahan yang asli dari asalnya, sebab makanan barat lebih menonjolkan bahan-bahan dari produk unggas dan daging-dagingan.

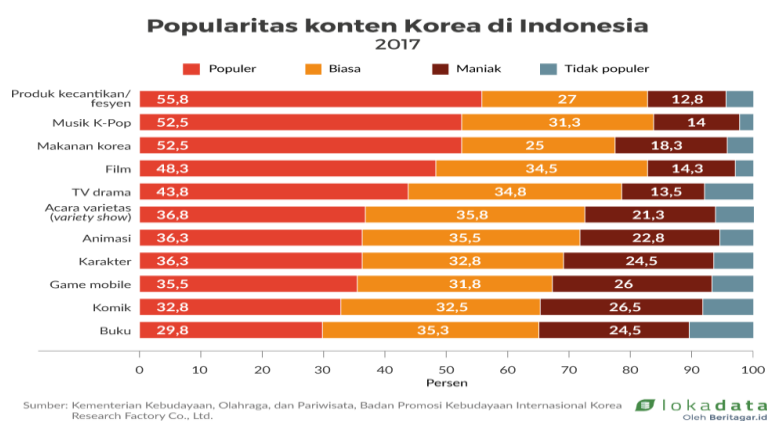
Peran Amerika Serikat dalam mempengaruhi budaya barat terhadap masyarakat Indonesia juga diikuti oleh negara-negara lain yang berhasil menjadi pusat budaya populer baru, salah satu budaya populer yang dapat menggantikan

budaya Amerika yaitu berasal dari negara Korea, hal inilah yang menyebabkan perubahan perilaku yang awal mulanya masyarakat Indonesia mengikuti budaya barat sekarang berpaling terhadap budaya dari Korea.

Awal mula melejitnya budaya Korea (*Korean Wave* atau *Hallyu*), “Gelombang Korea,” yang mengacu pada meningkatnya minat publik pada kesenian pop dan tradisional Korea di Asia, Eropa, Timur Tengah, dan Benua Amerika. *Korean Wave* dalam bahasa Korea biasa diartikan tersebar budaya pop, *Korean Wave* merupakan istilah yang merujuk pada tersebar budaya pop Korea secara global di berbagai negara di seluruh dunia. Budaya Korea dimulai pada tahun 1997, ketika drama Korea berjudul “*What is Love All About*” disiarkan oleh salah satu stasiun televisi China. Semenjak itu, budaya pop Korea pun mendapat perhatian khusus dari pemerintah Korea karena dianggap merupakan salah satu sumber pemasukan

negara yang berpengaruh. Tetapi seiring dengan semakin mengglobalnya musik dan drama Korea, aspek-aspek lainnya pun juga turut ikut mengglobal, seperti dunia kuliner, brand kosmetik, *fashion*, hingga pariwisata. Hal ini menyebabkan budaya pop Korea seperti sebuah paket hiburan yang lengkap bagi para penggemarnya (Euny Hong, 2016).

Indonesia tidak luput menjadi salah satu negara tempat berkembangnya budaya Korea. Berbagai produk dari Korea, mulai dari drama, musik, makanan, kosmetik, pakaian, film, telah menyebar luas. Ekspor produk-produk budaya Korea bahkan menghasilkan keuntungan yang sangat besar. *Korean Wave* merupakan suatu fenomena terhadap lajunya pertumbuhan budaya Korea lewat media massa. Istilah ini pertama kali muncul dalam sebuah halaman gosip selebriti pada tahun 2001 yang ditulis oleh Hwan (Joang, 2005). Fenomena dari *Korean wave* juga menjelaskan perkembangan budaya Korea ke dunia internasional. Keberhasilan Korea mengeksport produk budaya menjadikannya masuk dalam sepuluh besar negara pengeksport budaya pada delapan tahun silam.



Sumber: Lokadata.beritagar.id

Gambar 1.2 Popularitas Hallyu di Indonesia, 2017

Awal mula budaya Korea ini masuk ke Indonesia cukup lama sejak tahun 2000-an dengan dimulainya penayangan drama Korea di saluran televisi Indonesia seperti *Full House*, *Winter Sonata* hingga *Dae Jang Geum* yang memang amat populer saat itu. Berawal dari tayangan drama Korea, proses penyebaran budaya Korea di Indonesia pun semakin berkembang seiring berjalannya waktu dengan ada beragam teknologi dan media yang mendukung proses tersebut.

Proses perkembangannya pun tidak berhenti, hal tersebut dapat dilihat mulai dari drama film, lagu, *fashion*, gaya hidup produk-produk industri mulai mewarnai kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Budaya Korea berkembang begitu pesatnya dan meluas serta diterima publik sampai menghasilkan sebuah fenomena demam *Korean Wave*, Indonesia termasuk negara yang sedang terkena demam korea yang dapat dilihat di *Internet*, *Youtube* maupun media sosial.

Fenomena budaya *korean wave* inilah yang membuat masuknya *budaya K-Pop* ke Indonesia. Budaya *K-Pop* ini masuk dengan cepat dan meluas di Indonesia merupakan sebuah “pendobrak”, dimana semakin banyaknya Generasi Gen Z yang menjadi penggemarnya dan terpengaruh oleh budaya tersebut. tidak jarang dianggap terlalu bersikap berlebihan, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif ketika mereka sangat gemar menghambur-hamburkan uang hanya untuk membeli *merchandise*, album dan pernik pernik idolanya. Tidak sedikit penggemar Korea yang rela mengejar idolanya hingga ke negara-negara lain demi menonton konser idolanya. Fanatisme yang ditimbulkan dapat tercermin dari penggemarnya yang terlalu mengidolakan idolanya dan tanpa sadar sudah berperilaku lebih dari sekedar ketertarikan biasa terhadap publik figur.

Hal tersebut terlihat dari ciri-ciri yang dilakukan oleh para penggemar yang merujuk pada perilaku fanatisme. Para penggemar fanatik Korean secara terang-terangan dapat menyatakan rasa cinta kepada idola mereka dengan memanfaatkan media sosial seperti *twitter* dan *instagram*. Melalui dunia maya, mereka dapat dengan bebas mengungkapkan dan mencurahkan isi hati mereka kepada sesama fans lainnya dengan posting pada blog maupun forum (Nastiti, 2010).

Fenomena *Korean Wave* yang menimbulkan penggemar fanatik secara tidak langsung juga membentuk sebuah gaya hidup penggemar itu sendiri. Dalam fenomena ini, para penggemar *Korean Wave* mengonsumsi sebuah produk budaya. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Nugraheni, 2003).

K-pop tidak hanya soal musik, akan tetapi lebih tersosialisasikan *K-pop* dengan semua budaya asal Korea. Bukan hanya dari segi musik yang menjadikan Korea berpengaruh besar terhadap para remaja namun terhadap juga dari sisi yang lain seperti Drama Korea, *Korea style* dan lain-lain. Budaya Korea atau *Korea style* merambat di Indonesia, banyak faktor yang ikut terpengaruh dengan *Korea style* dan *K-pop* seperti konsumsi barang-barang yang berasal langsung dari Korea sendiri dan juga menyebabkan meningkatnya nilai ekspor impor dari Indonesia ke negara Korea dan sebaliknya Korea ke Indonesia.

Tabel 1.4 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan, 2017-2021

Negara Asal	2017 ¹	2018 ¹	2019 ¹	2020 ¹	2021 ¹
Asia Lainnya					
Jepang	15.240,0	17.976,7	15.661,8	10.672,1	14.644,3
Tiongkok ²	35.766,8	45.537,8	44.930,6	39.634,7	56.227,2
Korea Selatan	8.122,3	9.088,9	8.421,3	6.849,4	9.427,2
Lainnya	17.602,2	22.373,6	20.194,0	16.796,0	23.988,5

Sumber: Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Pada tabel 1.4 terlihat bahwa nilai impor terbesar untuk kawasan Asia didominasi lagi oleh negara Tiongkok, lalu kedua negara Jepang dan pada urutan ketiga yaitu Korea Selatan. Nilai impor Indonesia dari Korea Selatan mengalami peningkatan pada tahun 2020-2021. Dengan meningkatnya nilai impor negara Indonesia dari Korea Selatan maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun. Hal tersebut terjadi juga dikarenakan pada perubahan perilaku anak muda yang sudah mengenal budaya maupun kehidupan sosial Korea Selatan. Beberapa komoditi atau produk utama yang diimpor Indonesia dari Korea Selatan Pada tahun 2021 yaitu sebagai berikut.

Peran Korea dalam mempengaruhi dan menyebarkan budaya bisa melalui berbagai cara salah satunya ialah dengan *fashion*, lagu, dan makanan yang di sebabkan adanya perkembangan di era globalisasi, bukan hanya *fashion* dan makanan saja melainkan adanya barang-barang yang di import langsung dari negara Korea seperti bahan-bahan baku. Hal ini lah salah satu penyebab budaya Korea

dapat gampang masuk ke indonesia dengan di perkuatnya *ekspor* dan *impor* pada kedua negara.

Tabel 1.5 ekspor Bahan Baku Indonesia- Korea,2017-2021

Bahan Baku	2017	2018	2019	2020	2021
Nilai CIF : 000 US\$					
Batu bara	1 831,7	2 045,1	1 406,7	1 042,0	1 422,7
Besi/baja	192,4	661,2	687,1	556,2	572,8
Gas	1 344,8	1 357,8	825,1	765,3	792,7
Hasil minyak	130,5	170,3	177,4	116,8	211,8
Karet	327,4	263,9	237,8	189,5	239,1
Minyak bumi	390,8	504,2	131,8	24,9	19,4
Rumput laut	5 609,9	12 901,7	8 614,7	9 618,4	5 403,1

Sumber:Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

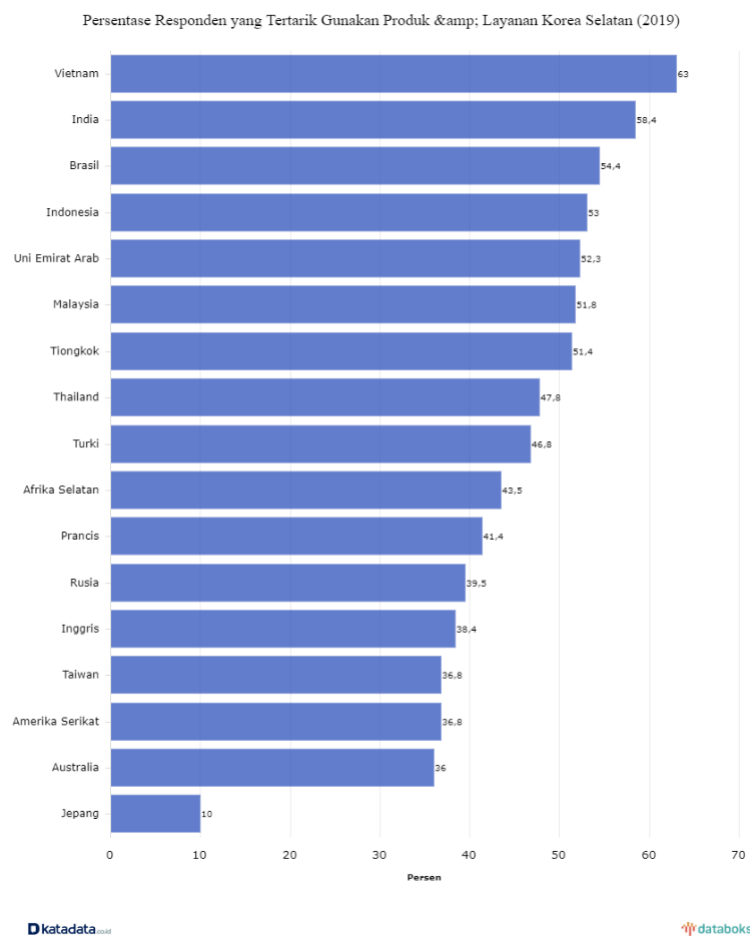
Dari tabel di atas dapat disimpulkan Indonesia juga mampu untuk mengekspor barang-barang baku kepada negara lain seperti Korea, dari tabel di atas rumput laut lah bahan baku yang tertinggi nilai ekspornya nya dengan nilai US\$ 5.609 ribu pada tahun 2017 dan nilai ekspor rumput laut tertinggi pada tahun 2018 dengan nilai US\$ 12.901 ribu,pada urutan kedua yaitu bahan baku batu bara yang memiliki nilai yang stabil dari tahun 2017 sampai dengan 2021, dengan nilai ekspor hampir US\$ 2.045 ribu pada bahan baku batu bara, ada beberapa bahan baku yang memiliki penurunan nilai ekspor di tahun 2019 di sebabkan adanya *COVID-19*.

Tabel 1.6 Impor Bahan Baku Indonesia dari Korea,2017-2021

Bahan Baku	2017	2018	2019	2020	2021
	Nilai CIF : 000 US\$				
Gula	5 156,9	5 025,0	4 784,8	3 116,3	3 433,0
Mesin	854,9	1 077,0	1 004,4	900,8	1 176,6
Minyak bumi	902,5	1 373,2	1 146,8	386,5	506,3
Semen	19,8	0,0	6,8	97,1	666,3
Besi dan Baja	921,2	854,4	906,4	663,5	1 021,7
Tembaga	88 148,2	63 036,0	65 512,8	52 649,7	116 609,4

Sumber:Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai impor negara Indonesia yang berasal dari negara Korea, bahan-bahan baku tersebut antara lain gula, mesin, minyak bumi, semen, besi/baja dan tembaga. Dilihat dari nilai di atas dari tahun 2017 sampai 2021, menurut 5 tahun terakhir bahan baku yang di impor dari Korea mengalami penurunan yang di sebabkan adanya *COVID-19* seperti gula yang awalnya nilai impornya US\$ 5.156 ribu pada tahun 2017, menjadi US\$ 3.433 ribu pada tahun 2021, untuk bahan baku yang paling besar nilainya yaitu tembaga dengan nilai US\$ 88.148 ribu pada tahun 2017 dan pada 5 tahun terakhir mengalami penurunan dan kenaikan, dan bahan baku yang paling sedikit nilai impornya yaitu semen yang awal pada tahun 2017 dengan nilai US\$ 19,8 dan pada 2018 tidak ada nilai impor, dan mengalami kenaikan pada tahun 2021 dengan nilai impor semen US\$ 666,3.



Sumber : databoks.katadata.co.id

Grafik 1.1 Persentase Responden yang Tertarik Gunakan Produk Korea Selatan (2019)

Pada tahun 2019, posisi pertama dengan jumlah persentase tertinggi responden yang tertarik menggunakan produk Korea Selatan yaitu negara Vietnam, kemudian diikuti dengan India 58,4% dan Brasil 54,4%. Persentase Indonesia merupakan keempat tertinggi di dunia dengan jumlah 53%. Sementara hanya 10% responden di Jepang yang memiliki ketertarikan menggunakan produk Korea Selatan.

Penyebab perubahan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk dapat dilihat dari nilai impor dan bahan baku yang berasal dari Korea, dengan adanya impor bahan baku dari negara Korea dapat mempengaruhi

makanan-makanan khas yang berasal dari Korea yang banyak di temukan di Indonesia. Seperti *Tteokbokki*, *kimbab*, *Ramyeon* dan *corn dog*, negara Indonesia bukan hanya dapat mengimpor baran-barang atau bahan-bahan baku saja, melainkan negara Indonesia jugak mengekpor produk dan bahan baku ke negara Korea salah satunya buah buahan, karet, ikan segar dan bahan baku lainnya, Indonesia memiliki peran yang sangat bagus memiliki peran dalam strategis ekonomi, negara Indonesia bukan hanya mengimpor produk dan bahan baku saja namun Indonesia jugak mengekspor produk atau bahan mentah kepada negara Korea.

Budaya Korea atau *K-pop* begitu mewabah pada remaja di indonesia termasuk remaja di kota Medan. Dapat dilihat betapa ramainya restoran di kota Medan yang mengusung konsep Korea sebagai interiornya. Tempat tersebut hampir selalu ramai dikunjungi. ketertarikan masyarakat Medan terhadap Korea sangat besar salah satunya di kalangan remaja.

Fenomena gelombang Korea atau *Korean Wave* yang terus berkembang di kota Medan memberikan imbas terhadap popularitas makanan Korea. Tak heran kalau banyak pengusaha kuliner yang mulai membuka restoran Korea di Medan dengan beragam menu andalan. Sajian yang beragam dari restoran Korea di Medan, biasanya tidak hanya diminati oleh penggemar Korea. Biasanya, citarasa makanan yang lezat dan juga konsep menarik menjadi salah satu alasan para penggemar kuliner mencoba restoran Korea di Medan yang beragam tersebut.

Tab 1.7 10 Restoran Korea di Medan

NO	NAMA RESTORAN
1	Angry Korean BBQ
2	Jinjja Chicken Indonesia
3	Dae Bak BBQ Restaurant
4	Kimbap Nara
5	Omma Recipe Korean BBQ Medan
6	Pochajjang Korean BBQ
7	Zingdo Korea Food
8	Patbingsoo Medan
9	Seoul Garden Medan
10	Sagye Contemporary Korean Cuisine

Sumber: *databoks.katadata.co.id*

Berdasarkan data di atas, Restoran Korea di Medan terus berkembang, yang paling banyak di rekomendasi sebanyak 10 restoran mungkin akan banyak lagi restoran baru bermunculan dengan ragam dan nuansa *Korean*. Semakin menyebarnya virus *Korean wave* melalui sosial media dan semakin terkenal pula makanan khas negeri ginseng ini bisa memberikan peluang usaha juga, terbukti sekarang banyak sekali restoran atau *café* yang menyajikan makanan khas negeri Korea, mulai dari camilan sampai makanan berat kalian bisa mencobanya dengan mudah tanpa harus terbang dulu ke Korea.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat permasalahan berkenaan tentang penyebab perubahan perilaku masyarakat yang awal mulanya mengikuti budaya Amerika style berubah menjadi budaya Korea yang saat ini sedang kita rasakan, tidak terlepas dari perkembangan zaman, pengaruh media sosial dan efek dari globalisasi yang tidak menutup kemungkinan membuka peluang informasi, budaya, ekonomi, dan style. Dengan semakin berkembangnya teknologi, maka

semakin memudahkan seluruh masyarakat untuk menerima informasi secara cepat, baik informasi dari dalam negeri maupun luar negeri. Yang akan semakin diikuti oleh seluruh masyarakat dalam menerima budaya-budaya lainnya, yang mungkin saja suatu saat nanti ada lagi peluang untuk budaya-budaya lainnya yang akan dapat masuk dan berkembang kembali di Indonesia. Karena globalisasi yang membuat budaya merupakan menjadi salah satu gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu negara ke seluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terdapat adanya penurunan penjualan dalam produk makanan yang awal mulanya tertarik dengan *American style*, menjadi *Korean style*.
2. Adanya faktor – faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku dari *American style* menjadi *Korean style* terhadap konsumsi makanan.
3. Terjadinya penurunan minat konsumsi terhadap makanan *Amerika style* dibandingkan konsumsi makanan *Korean style*.
4. Masuknya *Amerikan style* dan *Korea style* menyebabkan terjadinya kerja sama antara Indonesia dengan Amerika Serikat dan kerja sama Indonesia dengan Korea Selatan dengan melalui kegiatan ekspor dan impor.

1.3 Batasan Masalah

Adanya banyak masalah yang bisa di angkat peneliti, tetapi peneliti perlu untuk membatasi masalah agar lebih terperinci dan terarah. Maka, penelitian ini

dibatasi pada masalah perubahan perilaku dari *American style* menjadi *Korean style* dalam konsumsi di Kota Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini :

1. Bagaimana perkembangan ekspor impor Amerika dan Korea ke Indonesia pada tahun 2017-2021.
2. Faktor – faktor apa saja yang merubah perilaku konsumsi makanan dari American Style menjadi Korean Style di Kota Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Melakukan analisa faktor – faktor apa saja yang menyebabkan perubahan perilaku
2. Melakukan analisa mengenai perubahan perilaku dalam konsumsi *Korean style* di kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini di harapkan agar memberi manfaat bagi teman-teman yang berkepentingan sesuai dengan bidang penelitian ini.

Manfaat yang di ambil diantaranya :

1. Manfaat Akademik
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi sarjanaekonomi di Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

b. Bagi Mahasiswa, sebagai bahan studi atau tambahan dan referensi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama atau topik yang bersangkutan.

c. Bagi mahasiswa, untuk dapat menguraikan dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teoritis dan sistematis sebagai tambahan pembelajaran bagi mahasiswa mengenai pembahasan yang terkait.

2. Manfaat Non Akademik

a. Sebagai bahan masukan untuk masyarakat.

b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pengetahuan bagi masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen

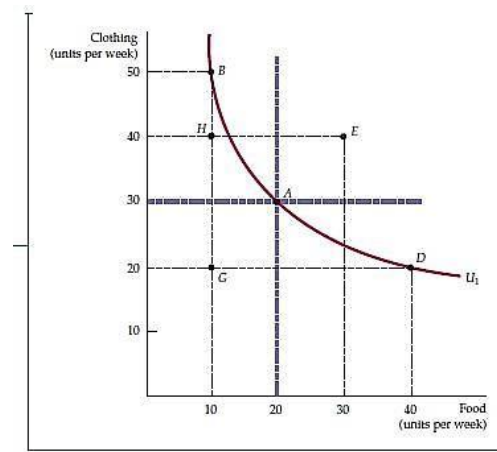
Perilaku konsumen merupakan penggambaran bagaimana seorang konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi berusaha mengalokasikan pendapatan diantara berbagai barang atau jasa yang tersedia dengan tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan atau kepuasan maksimum mereka (Pindyck, 2013).

Dalam perilaku konsumen ada dua teori yang digunakan yaitu teori ordinal dan teori kardinal. Teori ordinal yaitu suatu pendekatan yang menganggap kepuasan tak dapat diukur secara kuantitatif (angka). Teori selanjutnya yaitu teori kardinal yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen bisa diukur secara kuantitatif atau dapat diukur dengan satuan nominal (Pindyck, 2013).

Perilaku konsumen dapat dengan mudah dipahami melalui beberapa langkah yaitu preferensi/selera konsumen, kendala anggaran (*budget constraints*), dan pilihan konsumen (Pindyck, 2013)

a. Preferensi/Selera Konsumen

Langkah pertama yaitu menemukan cara praktis untuk menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang atau konsumen lebih suka satu barang daripada barang yang lain dengan melihat bagaimana preferensi konsumen untuk berbagai barang dapat digambarkan menggunakan kurva Indiferen yang merupakan kurva yang menyajikan kombinasi *market basket* yang memberikan konsumen pada tingkat kepuasan yang sama. Dalam pendekatan ordinal untuk membandingkan kepuasan konsumen menggunakan konsep pendekatan kurva indiferen.



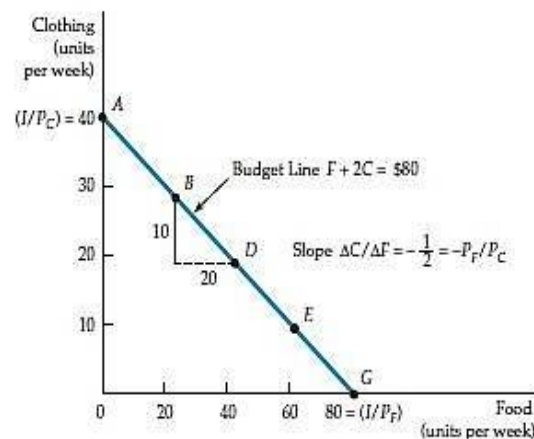
Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.1 Kurva Indiferen

Pada gambar 2.1 terlihat bahwa kurva indiferen U_1 yang melalui *market basket* atau jenis barang dan jasa A menunjukkan semua *baskets* (barang dan jasa) yang memberikan kepuasan yang sama pada konsumen, termasuk *baskets* (barang dan jasa) B dan D. Konsumen lebih memilih *basket* (barang dan jasa) E daripada A, karena E terletak di atas U_1 . Konsumen lebih memilih A daripada H atau G, karena dua titik tersebut berada di bawah U_1 .

B. Kendala Anggaran (*Budget Constraints*)

Konsumen memiliki pendapatan yang terbatas sehingga mempertimbangkan harga barang dan membatasi jumlah barang yang akan dimiliki. Konsumen harus dapat menggabungkan preferensi konsumen dan kendala anggaran.



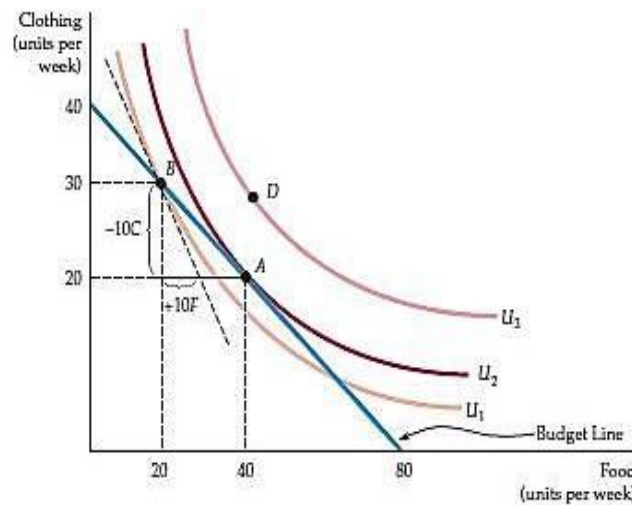
Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.2 Kurva Budget Line

Garis kendala menggambarkan kombinasi jumlah barang dengan harga tertentu, yang dapat dibeli dari pendapatan konsumen. Garis AG yang melewati titik B, D, dan E menunjukkan anggaran yang berhubungan dengan pendapatan \$80, pada harga makanan $P_F = \$1$ per unit dan harga baju $P_C = \$2$ per unit. Kemiringan dari garis anggaran (yang diukur dari titik B dan D) adalah $-10/20 = -1/2 = P_F/P_C$.

b. Pilihan Konsumen

Setelah mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman pada pilihan konsumen akan membantu memahami permintaan, yaitu banyak jumlah suatu barang yang dipilih konsumen untuk dibeli bergantung pada harganya.



Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.3 Kurva Pilihan Konsumen

Konsumen memaksimalkan kepuasannya dengan memilih *market basket* A. Pada titik ini garis anggaran dan kurva indifferen U_2 saling bersinggungan. Tidak ada kepuasan yang lebih tinggi (misal, *market basket* D) yang mampu dibeli. Pada titik A, titik maksimum MRS dari kedua barang adalah negative dari gradien garis anggaran (rasio harga). Pada titik B, MRS $[-(-10/10) = 1]$ lebih besar daripada rasio harga (1/2) kepuasan tidak maksimal.

2.2 Teori Prilaku

Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak tampak, dari yang dirasakan sampai paling yang tidak dirasakan (Notoatmojo, 2010).

Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Notoatmojo, 2010).

Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai *frekuensi spesifik*, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.

Skinner (1938) dalam Notoatmodjo (2011) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Pengertian ini dikenal dengan teori „S-O“R” atau “*Stimulus-Organisme-Respon*”. Respon dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Respon *respondent* atau reflektif

Adalah respon yang dihasilkan oleh rangsangan-rangsangan tertentu. Biasanya respon yang dihasilkan bersifat relatif tetap disebut juga *eliciting stimuli*. Perilaku emosional yang menetap misalnya orang. Adalah respon yang dihasilkan oleh rangsangan-rangsangan tertentu. Biasanya respon yang dihasilkan bersifat relatif tetap disebut juga *eliciting stimuli*.

2. Operan Respon

Respon *operant* atau instrumental respon yang timbul dan berkembang diikuti oleh stimulus atau rangsangan lain berupa penguatan. Perangsang perilakunya disebut *reinforcing stimuli* yang berfungsi memperkuat respon. Misalnya, petugas kesehatan melakukan tugasnya dengan baik dikarenakan gaji yang diterima cukup, kerjanya yang baik menjadi stimulus untuk memperoleh promosi jabatan.

2.2.1 Jenis-jenis perilaku

Jenis-jenis perilaku individu menurut (Notoatmojo, 2010):

1. Perilaku sadar, perilaku yang melalui kerja otak dan pusat susunan saraf
2. Perilaku tak sadar, perilaku yang spontan atau *instingtif*,
3. Perilaku tampak dan tidak tampak,
4. Perilaku sederhana dan kompleks,
5. Perilaku *kognitif*, *afektif*, *konatif*, dan psikomotor.

2.2.2 Bentuk-bentuk perilaku

Menurut Notoatmodjo (2011), dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua.

1. Bentuk pasif /Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Respons seseorang terhadap *stimulus* dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2. Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respons terhadap *stimulus* tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

2.2.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku

Menurut teori Lawrance Green dan kawan-kawan (dalam Notoatmodjo, 2007) menyatakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh dua faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*behaviorcauses*) dan faktor diluar perilaku (*non behaviour*

causes). Selanjutnya perilaku itu sendiri ditentukan atau terbentuk dari 3 faktor yaitu:

1. Faktor predisposisi (*predisposing factors*), yang mencakup pengetahuan, sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan sebagainya.

- a. Pengetahuan apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses yang didasari oleh pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng (*long lasting*) daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang dalam hal ini. Pengetahuan yang tercakup dalam domain *kognitif* mempunyai tingkatan (Notoatmodjo, 2007). Untuk lebih jelasnya, bahasan tentang pengetahuan akan dibahas pada bab berikutnya.

- b. Sikap Menurut Zimbardo dan Ebbesen, sikap adalah suatu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen *cognitive*, *affective* dan *behavior* (dalam Linggasari, 2008).

2.3 Teori Permintaan

Istilah permintaan mengacu pada perilaku orang-orang ketika terjadi interaksi di antara mereka. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antar jumlah permintaan dan harga. Menurut Gregory Mankiw (2012) kuantitas permintaan menurun ketika harganya meningkat dan kuantitas permintaan meningkat ketika harganya menurun sehingga dikatakan bahwa kuantitas yang diminta berhubungan secara negatif dengan harga. Hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta seperti ini berlaku untuk sebagian besar barang dalam perekonomian dan dalam faktanya begitu nyata sehingga para ekonom

menamakannya hukum permintaan (*law of demand*) dengan menganggap hal lainnya sama (*ceteris paribus*)(Gregory Mankiw,2012).

Menurut Gregory Mankiw (2012) jumlah permintaan (*quantitv demanded*) untuk setiap produk adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh pembeli dan ia mampu untuk membelinya. Dalam hukum permintaan di jelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harga. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suapatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga barang suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebalik ya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Kurva permintaan merupakan hubungan antara jumlah barang yang bersedia di beli oleh konsumen pada tingkat harga $Q_D = Q_D(P)$

Fungsi permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen dan harga barang atau jasa. Fungsi permintaan juga menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang dipesan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan bahwa, jika harga suatu barang meningkat, permintaan untuk barang tersebut juga menurun dan sebaliknya, jika harga suatu barang menurun, permintaan untuk barang tersebut akan meningkat(Gregory Mankiw,2012). Dengan demikian, hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta oleh konsumen memiliki hubungan terbalik, sehingga gradien dari fungsi permintaan (b) akan selalu negatif.

Namun selain itu, fungsi ini juga merupakan penjelasan matematis yang sering digunakan untuk menganalisis konsumen dan juga untuk menganalisis harga barang dan jasa yang diinginkan. Kemudian, fungsi permintaan juga akan menunjukkan apa yang terkait dengan barang yang diperlukan dan berbagai faktor yang dapat mempengaruhinya.

$$Q_{dx} = f(P_x, I, P_y, T) \dots\dots\dots 2.1$$

Dimana

Q_{dx} : Kuantitas komoditi X yang diminta oleh individu per periode waktu tertentu.

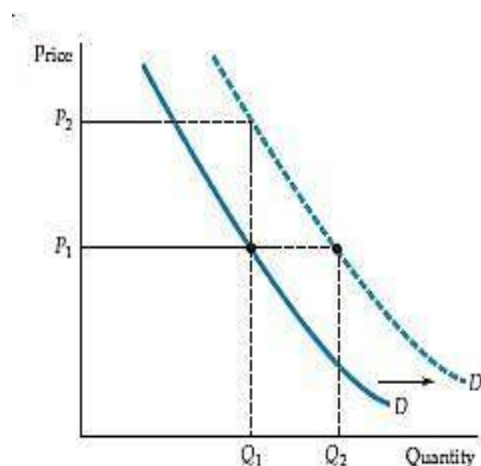
P_x : Harga per unit dari komoditi X

I : Pendapatan Konsumen

P_y : Harga dari komoditi yang berhubungan

T : Selera Konsumen

Kurva permintaan merupakan hubungan antara jumlah barang yang bersedia dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga (Robert S. Pindyck, 2013).



Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.4 Kurva Permintaan

Semakin mahal harga suatu barang atau jasa semakin sedikit konsumen yang bersedia membeli. Pada harga yang sama jika pendapatan naik maka jumlah permintaan akan naik. Kurva bergeser ke kanan (dari D ke D'). Pergeseran kurva permintaan dipengaruhi oleh faktor lain selain harga yaitu, pendapatan, selera, cuaca, dan harga barang lain.

Beberapa faktor penentu permintaan seseorang antara lain:

A. Penentu Permintaan

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e. Cita rasa masyarakat
- f. Jumlah penduduk
- g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat barangnya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama di analisis dalam hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Mengapa jumlah permintaan dan tingkat memiliki sifat hubungan seperti yang baru :

- a. Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga.

b. Apa bila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga

c. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang

Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi kenaikan harga.

2.4 Ekspor

Ekspor dapat didefinisikan sebagai barang-barang yang diproduksi di dalam negeri dan dijual di luar negeri. Dalam kegiatan perdagangan juga terdapat ekspor neto. Ekspor neto adalah nilai ekspor negara dikurangi dengan nilai impornya. Apabila ekspor neto bernilai positif, ekspor lebih besar dibandingkan dengan impor, ini berarti bahwa negara tersebut lebih banyak menjual barang dan jasa ke luar negeri dibandingkan dengan membeli barang dan jasa dari negara lain, hal ini dikatakan bahwa negara tersebut mengalami surplus perdagangan. Ekspor terbagi menjadi dua yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Ekspor langsung adalah cara menjual barang atau jasa melalui perantara/eksportir yang bertempat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Sedangkan ekspor tidak langsung adalah teknik dimana barang dijual melalui perantara/eksportir Negara asal kemudian dijual oleh perantara tersebut (Mankiw, 2012).

2.5 Impor

Impor adalah barang-barang yang diproduksi di luar negeri dan dijual di dalam negeri. Jika suatu negara membuka perdagangan internasional dan menjadi pengimpor suatu barang, maka produsen domestik barang tersebut akan dirugikan, sedangkan konsumen domestik barang tersebut akan diuntungkan. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi ekspor, impor, dan ekspor neto suatu negara yaitu meliputi, selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri, harga barang-barang di dalam dan di luar negeri, kurs yang menentukan jumlah mata uang domestic yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing, pendapatan konsumen di dalam dan di luar negeri, ongkos angkutan barang antar Negara, dan kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional (Mankiw, 2012).

2.6 Perubahan Prilaku

Perilaku secara etimologis berasal dari kata “peri” dan “laku”. Peri yang berarti cara berbuat, atau tindakan perbuatan dan laku yang berarti kelakuan, perbuatan, dan cara menjalankan (Martina Pakpahan, 2021). Mengartikan perilaku sebagai bagian dari aktivitas seseorang. Perilaku merupakan apa yang dilakukan seseorang atau apa yang diamati seseorang. Perilaku juga bagian dari fungsi seseorang yang terlibat dalam suatu tindakan yang merupakan respon atau reaksi terhadap *stimulus* (Martina Pakpahan, 2021).

Perubahan masyarakat sebagai adalah proses dan aktivitas masyarakat yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan (Prawidya, 2023).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terdiri 3 variabel diantara lain Gaya Hidup, Teknologi dan Fasilitas. Disetiap variabel memiliki indikator yang masing-masing variabel mempunyai faktor yang diketahui bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh besar dalam menentukan perilaku, adapun indikator dalam gaya hidup antara lain penggunaan internet dan media sosial. Dapat dilihat perkembangan zaman seakan dengan adanya internet merupakan kebutuhan sangat penting dalam hidup manusia khususnya Generasi Milenial yang hampir semua memiliki akun Media sosial untuk mencari informasi dan berinteraksi (Prawidya,2023).

Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Notoatmojo, 2007)

Berdasarkan beberapa pengertian perilaku di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku merupakan suatu perbuatan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai pengertian yang sangat luas. Perilaku individu dapat dinilai dan dilihat dari berbagai sisi, antara lain dapat berupa cara berjalan, berbicara, bekerja, belajar, menulis, membaca, tertawa, dan masih banyak lagi sifat yang mencirikan perilaku individu.

Hal yang penting dalam perilaku adalah masalah pembentukan dan perubahan perilaku. Karena perubahan perilaku merupakan tujuan dari promosi kesehatan atau pendidikan kesehatan sebagai penunjang program – program

kesehatan lainnya. Banyak teori perubahan perilaku ini antara lain akan diuraikan di bawah ini:

Menurut Teori Perubahan Perilaku Katz, teori ini berdasarkan anggapan bahwa perubahan perilaku individu tergantung kepada kebutuhan. Hal ini berarti bahwa *stimulus* yang dapat mengakibatkan perubahan perilaku seseorang adalah *stimulus* yang dapat dimengerti dalam konteks kebutuhan orang tersebut (Notoatmojo, 2007).

Menurut Katz (1960) perilaku dilatar belakangi oleh kebutuhan individu yang bersangkutan. Katz berasumsi bahwa:

a) Perilaku memiliki fungsi *instrumental*, artinya dapat berfungsi dan memberikan pelayanan terhadap kebutuhan. Seseorang dapat bertindak (berperilaku) positif terhadap objek demi pemenuhan kebutuhannya. Sebaliknya bila objek tidak dapat memenuhi kebutuhannya maka ia akan berperilaku negatif. Misalnya, orang mau membuat jamban apabila jamban tersebut benar – benar sudah menjadi kebutuhannya.

b) Perilaku berfungsi sebagai *defence* mekanisme atau sebagai pertahanan diri dalam menghadapi lingkungannya. Artinya dengan perilakunya, dengan tindakan – tindakannya, manusia dapat melindungi ancaman – ancaman yang datang dari luar. Misalnya, orang dapat menghindari penyakit demam berdarah karena penyakit tersebut merupakan ancaman bagi dirinya.

c) Perilaku berfungsi sebagai penerima objek dan pemberi arti. Dalam perannya dengan tindakan itu seseorang senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dengan tindakan sehari – hari tersebut seseorang melakukan keputusan – keputusan sehubungan dengan objek atau stimulus yang dihadapi. Pengambilan keputusan mengakibatkan tindakan – tindakan tersebut dilakukan

secara spontan dan dalam waktu yang singkat. Misalnya, bila seseorang merasa sakit kepala maka secara cepat, tanpa berpikir lama, ia akan bertindak untuk mengatasi rasa sakit tersebut dengan membeli obat di warung dan kemudian meminumnya, atau tindakan – tindakan lain.

d) Perilaku berfungsi sebagai nilai *ekspresif* dari diri seseorang dalam menjawab suatu situasi. Nilai ekspresif ini berasal dari konsep diri seseorang dan merupakan pencerminan dari hati sanubari. Oleh sebab itu, perilaku dapat merupakan layar dimana segala ungkapan diri orang dapat dilihat. Misalnya orang yang sedang marah, gusar dan sebagainya dapat dilihat dari perilaku atau tindakannya. Teori ini berkeyakinan bahwa perilaku mempunyai fungsi untuk menghadapi dunia luar individu, dan senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya menurut kebutuhannya. Oleh sebab itu didalam kehidupan manusia, perilaku itu tampak terus menerus dan berusaha secara *relatif*.

2.6.1 Bentuk Perubahan Perilaku

Bentuk perubahan perilaku sangat bervariasi, sesuai dengan konsep yang digunakan oleh para ahli dalam pemahamannya terhadap perilaku. Menurut WHO dalam (Notoatmodjo, 2007), perubahan perilaku itu dikelompokkan menjadi tiga:

1. Perubahan alamiah (Natural Change).

Perilaku manusia selalu berubah. Sebagian perubahan itu disebabkan karena kejadian alamiah. Apabila dalam masyarakat sekitar terjadi suatu perubahan lingkungan fisik atau sosial budaya dan ekonomi, maka anggota-anggota masyarakat di dalamnya juga akan mengalami perubahan.

2. Perubahan terencana (*Planned Change*) Perubahan ini terjadi karena direncanakan sendiri oleh subjek. Misalnya, seseorang perokok berat yang pada

suatu saat terserang batuk yang sangat mengganggu, ia memutuskan untuk mengurangi rokok sedikit demi sedikit, dan akhirnya berhenti merokok sama sekali.

3. Kesiediaan untuk berubah (*Readiness to Change*) Apabila terjadi suatu inovasi atau program-program pembangunan di dalam masyarakat, maka yang sering terjadi adalah sebagian orang sangat cepat untuk menerima inovasi atau perubahan tersebut (berubah perilakunya), dan sebagian orang lagi sangat lambat untuk menerima inovasi atau perubahan tersebut. Hal ini disebabkan setiap orang mempunyai kesiediaan untuk berubah (*readiness to change*) yang berbeda-beda. Setiap orang di dalam masyarakat mempunyai kesiediaan untuk berubah yang berbeda-beda meskipun kondisinya sama.

2.6.2 Tahapan Perubahan Perilaku

Teori perubahan perilaku yang sering dipakai adalah teori adopsi inovasi dari Roger dan Shoemaker (Notoatmodjo, 2007), mengatakan bahwa proses adopsi melalui lima tahap yaitu *awareness*, *interest*, *evaluation*, *trial* dan *adoption*. Tahap *awareness* merupakan tahapan seseorang mengetahui/menyadari tentang adanya ide baru, tahap *interest* adalah tahap menaruh perhatian terhadap ide baru tersebut. Tahap *trial* yaitu tahap saat seseorang mulai mencoba memakainya.

Tahap terakhir adalah tahap *adoption*, bila orang tersebut tertarik maka ia akan menerima ide baru tersebut. Tahap adopsi ini tidak akan berarti setelah suatu inovasi diterima atau ditolak, situasi ini akan dapat berubah akibat pengaruh lingkungan. Tidak semua orang mempunyai kecepatan yang sama dalam mengadopsi sesuatu yang baru. Di dalam masyarakat ada yang cepat menerima sesuatu yang baru dan ada yang sukar menerima sesuatu yang barutersebut. Oleh

karena itu dalam upaya merubah perilaku masyarakat tentang pencegahan dan penanggulangan penyakit rabies diperlukan waktu yang lama.

World Health Organization menganalisis bahwa yang menyebabkan seseorang itu berperilaku tertentu adalah karena ada empat alasan pokok yaitu:

1. Pemikiran dan perasaan (*thoughts and feeling*), yaitu dalam bentuk pengetahuan, *persepsi*, sikap dan penilaian seseorang terhadap objek (dalam hal ini adalah objek kesehatan).
2. Orang penting sebagai referensi.
3. Perilaku seseorang lebih banyak dipengaruhi oleh orang-orang yang dianggap penting. Apabila orang tersebut penting untuknya maka apa yang dia katakan atau perbuat cenderung untuk dicontoh.
4. Sumber daya (*resources*).
5. Sumber daya disini mencakup fasilitas-fasilitas, uang, waktu, tenaga dan sebagainya. Semua itu berpengaruh terhadap perilaku seseorang atau kelompok masyarakat.
6. Perilaku yang normal adalah salah satu aspek dari kebudayaan, selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh yang dalam terhadap perilaku ini. Dari alasan diatas dapat dilihat bahwa banyak alasan seseorang untuk berperilaku. Oleh karena itu perilaku yang sama dari beberapa orang yang sama dapat disebabkan oleh sebab atau latar belakang yang berbeda (Notoatmodjo, 2007).

2.6.3 Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Manusia

Menurut (Notoatmodjo,2007) faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku adalah :

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil yang diketahui dan terjadi setelah dia melakukan pengindraan terhadap objek tertentu (Notoatmodjo, 2007). Pengindraan melalui pengamatan, penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan perabaan. Perlu diketahui bahwa sebagian besar pengetahuan diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan akan menimbulkan kesadaran yang menyebabkan orang berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

2 Sikap

Sikap adalah reaksi atau respons seseorang yang masih tertutup pada suatu stimulus atau objek (Notoatmodjo, 2007), sehingga perbuatan yang akan dilakukan manusia tergantung pada permasalahan dan berdasarkan keyakinan atau kepercayaan masing-masing individu. Manifestasi sikap tidak langsung terlihat, akan tetapi dapat ditafsirkan terlebih dahulu dalam perilaku yang tertutup. Dengan demikian, sikap merupakan gambaran dari suatu kesiapan atau kesediaan individu untuk bertindak, bukan pelaksanaan motif tertentu.

Menurut Notoatmodjo (2007) sikap mempunyai empat tingkatan, yaitu:

- a. Menerima (receiving), adalah kemauan seseorang untuk memerhatikan stimulus yang diberikan.
- b. Merespon (responding), berarti sikap seseorang untuk memberikan jawaban bila ditanya atau menyelesaikan tugas yang diberikan.
- c. Menghargai

(valuing), Salah satu ukuran menghargai ialah sikap untuk mengajak orang lain mau mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah.

d. Bertanggung jawab (*responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilih dengan menerima segala risikonya. Suatu sikap belum tentu secara otomatis terwujud dalam suatu tindakan.

e. *Overt behaviour*. Mewujudkan sikap menjadi perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau kondisi yang memungkinkan, seperti fasilitas dan pendukung dari pihak lain.

Dalam sikap terkandung pernyataan dan pertimbangan evaluatif (ia menguntungkan atau tidak menguntungkan) mengenai objek, orang ataupun peristiwa. Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu. Dalam perilaku organisasi, pemahaman sikap penting, karena memengaruhi perilaku kerja. Jadi dalam sikap mengandung unsur kognitif (segmen pendapat dan keyakinan dari suatu sikap), unsur afektif (segmen emosi dari suatu sikap), dan unsur konatif, yakni segmen perbuatan (Azwar, 1988).

3. Sifat

Sifat adalah sistem saraf jiwa (*neuropsikis*) yang bersifat umum dan terarah kepada individu yang memiliki kemampuan untuk memulai dan mengarahkan dirinya ke dalam bentuk-bentuk yang konsisten dari perilaku ekspresifnya. Sifat tersusun dan dipengaruhi oleh sejumlah kebiasaan perbuatan. Sifat menggambarkan pola perilaku seseorang yang relatif menetap secara terus-menerus dan konsekuen yang diungkapkan dalam satu deretan keadaan (Chaplin, dalam Kartono, 1981). Bagi orang yang memiliki sifat feminisme cenderung menunjukkan perilaku kewanitaan yang lemah lembut, ramah, sabar, sopan, tertutup, dan

sebagainya. Berbeda dengan perilaku dari orang yang memiliki sifat melankolis yang memiliki kecenderungan perilaku kelakian, seperti tegas, lugas, tidak sabaran, terbuka, kasar, agresif, senang pada hal-hal tantangan, dan se- bagainya.

4. Minat

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu kegiatan tertentu di antara sejumlah kegiatan yang ada. Minat mendorong orang untuk siap, sadar dan termotivasi untuk melakukan pilihan aktivitasnya (Hurlock, 1980). Saat seorang menilai sesuatu atau objek menjadi bermanfaat, maka dia menjadi berminat untuk melakukan sesuatu untuk mencapai kepuas- an. Ketika kepuasan itu menurun maka minat pun akan menurun. Jadi minat itu bersifat berubah-ubah. Karena minat itu merupakan hasil dari pengalaman belajar, bukan hasil bawaan lahir. Minat akan menjadi motivasi yang kuat bagi seseorang untuk me- lakukan perubahan. Minat bisa memengaruhi bentuk dan intensitas aspirasi seseorang yang dapat menumbuhkan rasa kegembiraan untuk melakukan dan menekuninya. Seperti yang dikatakan Crow (1984) bahwa minat menunjukkan kemauan yang diperlihatkan sese- orang kepada sesuatu, situasi atau kegiatan yang dapat memberikan pe- ngaruh terhadap pengalaman yang telah distimulikan kegiatan itu sendi- ri. Dengan kata lain, minat yang tinggi akan mengarahkan individu untuk berbuat dan minat yang rendah menyebabkannya membentuk perilaku penolakan.

5. Persepsi

Persepsi merupakan proses untuk mengorganisasikan atau menafsir- kan kesan-kesan pengindraan yang sekaligus akan memberikan arti dalam kehidupannya. Penerimaan kesan yang positif akan mengarah kepada proses pembentukan perilaku. Sebaliknya, kesan (perrsepsi) yang negatif akan mengarah

kepada perilaku penolakan. Meskipun demikian, persepsi tidak hanya berfokus ke arah positif dan negatif, tetapi persepsi perilaku juga mengalami penyimpangan (distorsi) sehingga memengaruhi pembentukan dan perubahan perilaku. Distorsi persepsi dapat berupa:

- a. Distorsi persepsi selektif, yakni secara selektif menafsirkan apa yang dilihat sesuai kepentingan, latar belakang, pengalaman, dan sikap.
- b. Halo efek halo, adalah distorsi persepsi yang disebabkan penarikan kesan secara umum dari karakteristik tunggal (kesan pertama).
- c. Efek kontras, evaluasi karakteristik seseorang yang dipengaruhi oleh perbandingan dengan orang lain yang baru dijumpai, yang memiliki peringkat lebih tinggi (lebih rendah) pada karakteristik yang sama.
- d. Stereotype, ialah menilai orang lain berdasarkan persepsi yang bersifat umum yang bisa mengarah secara positif atau negatif.
- e. Proyeksi, ialah distorsi persepsi yang mengaitkan antara karakteristik pribadinya dengan pribadi orang lain.

6. Kepribadian

Kepribadian merupakan cara-cara individu bereaksi atau berinteraksi dengan orang lain. Pembentukan kepribadian dipengaruhi faktor genetis, lingkungan sosioekonomi, etnis, budaya, norma, agama, pola asuh keluarga, dan sebagainya. Ciri-ciri kepribadian umum merupakan karakteristik unik yang membedakan perilaku individu yang satu dengan individu yang lainnya (Allport, dalam Suryabrata, 1986). Secara garis besar kepribadian manusia dikelompokkan dalam dua tipe, yakni tipe kepribadian introver dan ekstrover. Kedua tipe kepribadian memberikan corak perilaku yang berbeda.

7. Proses Pembelajaran

Proses pembelajaran merupakan bagian dari pembentukan perilaku seseorang. Dengan belajar orang dapat memahami stimulus-stimulus yang ada di lingkungannya. Kebanyakan orang belajar tidak hanya untuk mengubah cara berpikirnya, tetapi untuk mengubah bagaimana dia berperilaku ke arah yang menyenangkan. Pembelajaran akan lebih mudah jika seseorang mempunyai kuantitas dan kualitas keterampilan yang baik.

8. Kuantitas

Kuantitas merupakan kualitas Imbalan-Imbalan menjadi unsur yang berpengaruh dalam pembentukan dan perubahan perilaku seseorang. Imbalan yang memuaskan cenderung membuat individu mempertahankan perilakunya. Sebaliknya pula, jika imbalan yang diterima tidak memuaskan cenderung membuat orang untuk mengubah, mengganti, atau melupakan perilakunya. Imbalan juga sangat berpengaruh terhadap motivasi, kinerja, dan produktivitas kerja seseorang.

2.7 Pengertian Konsumsi

Pengertian Konsumsi menurut para ahli:

- a. Menurut Gregory Mankiw (2006), konsumsi merupakan pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang meliputi pembelanjaan rumah tangga pada barang yang tahan lama seperti kendaraan, alat rumah tangga, dan barang tidak tahan lama seperti makanan, pakaian. Jasa meliputi barang yang tidak berwujud seperti potong rambut, layanan kesehatan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh rumah tangga atau masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa pada periode tertentu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Keynes pada tahun 1930-an membuat tiga asumsi tentang teori konsumsi, yaitu (Mankiw, 2003):

1. Kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) ialah jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu.
2. Keynes menyatakan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik.
3. Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting. Sehingga secara garis besar teori konsumsi Keynes menyatakan bahwa, (besar- kecil) konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan.

2.7.1 Teori Konsumsi

A. Teori konsumsi Keynes

Teori konsumsi Keynes diungkapkan pada tahun 1936 dalam bukunya yang berjudul *the General Theory of Employment, Interest and Money*. Teori konsumsi Keynes menjelaskan adanya hubungan antara pendapatan yang diterima saat ini (pendapatan *disposable*) dengan konsumsi yang dilakukan saat ini juga. Dengan kata lain pendapatan yang dimiliki dalam suatu waktu tertentu akan mempengaruhi konsumsi yang dilakukan oleh manusia dalam waktu itu juga. Apabila pendapatan

meningkat maka konsumsi yang dilakukan juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya(Mankiw, 2003)

Teori Konsumsi Menurut Keynes tingkat belanja konsumen hanya berdasar pada seberapa besar tingkat pendapatan sosial. Lanjutnya, Pengeluaran yang dilakukan oleh individu dan terus meningkat berbanding lurus dengan penghasilan merupakan konsumsi menurut Keynes. Kemudian, Keynes lebih jauh menjelaskan karakteristik fungsi konsumsi, antara lain yang pertama adalah tingkat pendapatan, diikuti oleh kecenderungan konsumsi sector marjinal. Atau apabila diuraikan, MPC ialah peningkatan atau perubahan konsumsi (ΔC) sebanding dengan pengeluaran oleh pendapatan yang dimiliki (ΔY). Terakhir, perbandingan konsumsi terhadap pendapatan (*Average Propensity to Consume*) menurun dengan meningkatnya pendapatan, sehingga APC turun, dan MPC lebih kecil dari APC ($MPC < APC$) dalam jangka panjang. Selain penghasilan konsumen, factor lain yang mempengaruhi pengeluaran seperti social ekonomi, selera, kekayaan(sukirno,2006).

Berdasarkan hukum psikologis *fundamental*, tingkat konsumsi akan bertambah seiring dengan bertambahnya tingkat pendapatan. Namun bertambahnya tingkat konsumsi tidak akan sebesar penambahan tingkat pendapatan. Oleh karena itu terdapat batasan dari Keynes dengan kecenderungan mengkonsumsi marginal yang dirumuskan sebagai berikut:

$$MPC \text{ (Marginal Propensity to consume)} = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

Nilai MPC adalah antara nol sampai dengan satu dengan perubahan konsumsi selalu diatas 50% dari besarnya perubahan pendapatan. Artinya, perubahan konsumsi di atas 50% tetapi tidak mencapai 100% ($0,5 > MPC < 1$).

b. Terdapat rata-rata kecenderungan konsumsi yang dirumuskan dengan

$$APC \text{ (Average Propensity to consume)} = \frac{C}{Y}$$

APC menjelaskan bahwa konsumsi akan turun saat pendapatan meningkat dengan adanya peningkatan pendapatan yang lebih besar dari tingkat konsumsi. Peningkatan konsumsi yang lebih kecil dari peningkatan pendapatan akan berdampak pada peningkatan jumlah tabungan. Maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan pendapatan akan berdampak pada peningkatan rata-rata kecenderungan menabung.

Hubungan Antara Pendapatan *Disposable* dan Konsumsi Seperti penjelasan sebelumnya mengenai hubungan pendapatan disposable dengan konsumsi, menurut (sukirno 2006) menjelaskan teori konsumsi Keynes adalah, konsumsi yang dilakukan saat ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposable saat ini. Jika pendapatan *disposable* meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat. Selanjutnya menurut Keynes ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung pada pendapatan. Artinya tingkat konsumsi itu harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi *otonomus*.

Fungsi persamaan 1 (teori konsumsi Keynes) :

$$C = C_0 + b Y_d \dots\dots\dots 2.2$$

Di mana:

C = Konsumsi

C_0 = Konsumsi *otonomus*

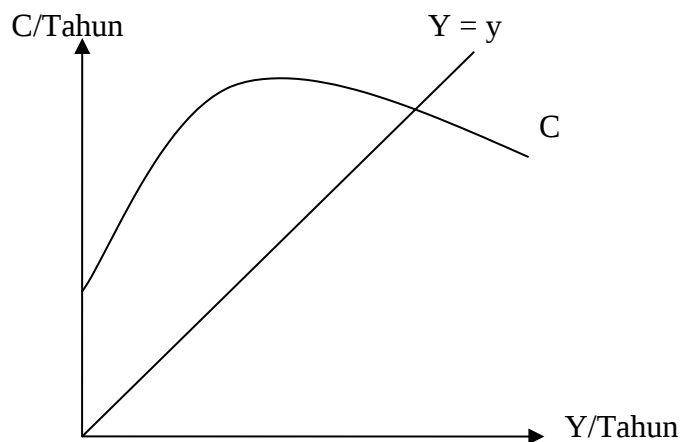
B = *Marginal Propensity to Consume (MPC)*

Y_d = Pendapatan *Disposable*

$$0 \leq b \leq 1$$

Yang perlu diperhatikan dalam fungsi konsumsi Keynes adalah:

1. Merupakan variabel riil/nyata, yaitu bahwa fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara pendapatan dengan pengeluaran konsumsi yang keduanya dinyatakan dengan menggunakan tingkat harga konstan, bukan hubungan antara pendapatan nominal dengan pengeluaran konsumsi nominal.
2. Merupakan pendapatan yang terjadi, bukan pendapatan yang diperoleh sebelumnya, dan bukan pendapatan yang diperkirakan terjadi di masa datang.
3. Merupakan pendapatan absolut, bukan pendapatan relatif atau pendapatan permanen, sebagaimana dikemukakan oleh ahli ekonomi lainnya.



2.5 Gambar kurva Konsumsi Keynes dengan *MPC* Menurun

Gejala seperti pada gambar 2.1 mempunyai implikasi bahwa jika negara semakin makmur dan adil, porsi pertambahan pendapatan yang digunakan untuk konsumsi semakin berkurang. Sebaliknya kemampuan menabung meningkat. Dengan demikian kemampuan perekonomian dalam negeri untuk menyediakan dana investasi yang dibutuhkan dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang juga meningkat. Dengan demikian *MPC* pada kelompok masyarakat berpenghasilan tinggi (negara maju) lebih rendah daripada *MPC* kelompok masyarakat berpenghasilan rendah (negara sedang berkembang).

2.7.2 Fungsi Konsumsi

Teori Konsumsi Keynes baru muncul pada saat masa *Great Depression* tahun 1929-1930. Seperti yang telah dijelaskan di atas, teori ini menentang teori lama, yaitu teori ekonomi klasik. Teori ekonomi klasik menganut paham yang dicetuskan oleh J.B. Say, "*Supply creates its own demand*", Penawaran menciptakan permintaannya sendiri. Keynes menolak pendapat yang membuat pemerintah yang sebenarnya bisa membenahi dan menghentikan depresi, tidak berbuat apa-apa karena teori ini (wijayatjokroatmodjo, 2013).

Teori Konsumsi Keynes menyatakan bahwa pengeluaran seseorang untuk konsumsi dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya. Semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin banyak tingkat konsumsinya pula, dan tingkat tabungannya pun akan semakin bertambah. dan sebaliknya apabila tingkat pendapatan seseorang semakin kecil, maka seluruh pendapatannya digunakan untuk konsumsi sehingga tingkat tabungannya nol.

Fungsi konsumsi adalah suatu fungsi yang menggambarkan hubungan antara tingkat konsumsi rumah tangga dengan pendapatan nasional dalam perekonomian. Teori Konsumsi Keynes terkenal dengan teori konsumsi dengan Hipotesis Pendapatan *Absolut (Absolute Income Hypothesis)* yang pada intinya menjelaskan bahwa konsumsi seseorang dan atau masyarakat secara absolut ditentukan oleh tingkat pendapatan, kalau ada faktor lain yang juga menentukan, maka menurut Keynes semuanya tidak terlalu berpengaruh.

Menurut Wijayatjokroatmodjo (2013). Teori konsumsi Keynes didasarkan pada 3 postulat, yaitu:

1. Konsumsi meningkat apabila pendapatan meningkat, akan tetapi besarnya peningkatan konsumsi tidak akan sebesar peningkatan pendapatan, oleh karenanya adanya batasan dari Keynes sendiri yaitu bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal MPC (*Marginal Propensity to Consume*) adalah antara nol dan satu, dan pula besarnya perubahan konsumsi selalu di atas 50% dari besarnya perubahan pendapatan ($0,5 < MPC < 1$)

2. Rata-rata kecenderungan mengkonsumsi = APC (*Average Propensity to Consume*). akan turun apabila pendapatan naik, karena peningkatan pendapatan selalu lebih besar daripada peningkatan konsumsi, sehingga sehingga pada setiap naiknya pendapatan pastilah akan memperbesar tabungan. Dengan demikian dapat dibuatkan satu pernyataan lagi bahwa setiap terjadi peningkatan pendapatan maka pastilah rata-rata kecenderungan menabung akan semakin tinggi.

3. Bahwa pendapatan adalah merupakan determinan (faktor penentu utama) dari konsumsi. Faktor lain dianggap tidak berarti. Keynes menjelaskan bahwa

konsumsi agregat sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposabel. Menurut Keynes, ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung dari tingkat pendapatan. Artinya, tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus. Jika pendapatan disposabel meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat. Hanya saja tidak sebesar peningkatan pendapatan *disposabel*.

2.7.3 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi

A. Selera

Konsumsi masing-masing individu berbeda meskipun individu tersebut mempunyai umur dan pendapatan yang sama, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan selera pada tiap individu.

B. Faktor Sosial Ekonomi

Faktor sosial ekonomi misalnya umur, pendidikan, dan keadaan keluarga juga mempunyai pengaruh terhadap pengeluaran konsumsi. Pendapatan akan tinggi pada kelompok umur muda dan mencapai puncaknya pada umur pertengahan dan akhirnya turun pada umur tua.

C. Kekayaan

Kekayaan secara eksplisit maupun implisit sering dimasukkan dalam fungsi agregat sebagai faktor yang menentukan konsumsi. Seperti dalam pendapatan permanen yang dikemukakan oleh Friedman, Albert Ando dan Franco Modigliani menyatakan bahwa hasil bersih dari suatu kekayaan merupakan faktor penting dalam menentukan konsumsi. Beberapa ahli ekonomi yang lain memasukan aktiva

lancar sebagai komponen kekayaan sehingga aktiva lancar memainkan peranan yang penting pula dalam menentukan konsumsi

D. Keuntungan atau Kerugian Capital

Keuntungan capital yaitu dengan naiknya hasil bersih dari kapital akan mendorong bertambahnya konsumsi, sebaliknya dengan adanya kerugian kapital akan mengurangi konsumsi.

E. Tingkat Bunga

Ahli-ahli ekonomi klasik menganggap bahwa konsumsi merupakan fungsi dari tingkat bunga. Khususnya mereka percaya bahwa tingkat bunga mendorong tabungan dan mengurangi konsumsi.

F. Tingkat Harga

- a. Sejauh ini dianggap konsumsi riil merupakan fungsi dari pendapatan riil. Oleh karena itu naiknya pendapatan nominal yang disertai dengan naiknya tingkat harga dengan proposi yang sama tidak akan merubah konsumsi riil.
- b. Selain faktor diatas ada terdapat faktor-faktor penentu jumlah konsumsi lain yaitu adalah (1) pendapatan disposabel (pendapatan siap dikonsumsi), (2) pendapatan permanen (pendapatan tahunan ini saja yang digunakan dalam konsumsi), (3) Kekayaan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Model estimasi	Hasil Penelitian
1	Nurul Hasanah (2019)	Perilaku Konsumtif Mahasiswi pada Produk yang Berkaitan dengan KPOP Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi UIN Sunan Kalijaga yang menyukai atau hanya sekedar mengetahui Kpop, membeli dan mengonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan Korea, baik itu kebutuhan pribadi (sekunder), maupun hanya untuk memenuhi kesenangan (tersier)
2	Desma Rina Mulia Sari (2018)	Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korea Di Bandar Lampung	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari <i>Korean Wave</i> terhadap perubahan perilaku remaja penyuka budaya Korea
3	Setyani Azhari (2021)	Pengaruh <i>Korean Wave</i> dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk <i>Skin Care</i> Korea Selatan	Kuantitatif	Adanya minat beli produk <i>skin care</i> asal Korea Selatan yang dilakukan oleh 200 responden perempuan berdomisili di Jakarta dan sekitarnya yang berusia 15 tahun sebesar 44,3% dipengaruhi oleh budaya <i>Korean Wave</i> yang sedang marak dijadikan sebagai kiblat atau tren terbaru
4	Lathifah (2019)	Pengaruh Mengakses <i>Korean Wave</i> terhadap		73 siswa SMKN 1 Palu yang dijadikan

		Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu	Kuantitatif	responden penelitian, menunjukkan bahwa variabel X yaitu distribusi, frekuensi, dan atensi berpengaruh terhadap pada variabel Y yaitu perilaku imitasi remaja di kota Palu sebesar 74,6% dengan kata lain adanya hubungan positif yang kuat.
5	Putri, L.A (2020)	Dampak Korea Wave Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi		Ditemukan Dampak Positif Korean Wave sebagai berikut: - Budaya Korea Menjadi Inspirasi di Dunia Fashion -Dapat Bersosialisasi - Menjadi Mandiri - Memberikan Motivasi -Bermanfaat Secara Emosional Dmpak Negatif <i>Korean Wave</i> Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang membahas perilaku konsumsi remaja penggemar <i>Korean Wave</i> 23 antara lain: - Timbulnya <i>Fanatisme</i> -Timbul Sikap Imitasi Berlebih - <i>Konfromitas</i> –Membuang Waktudan Menjadi <i>Konsumtif</i> -Kesehatan Mata <i>Insomnia</i>

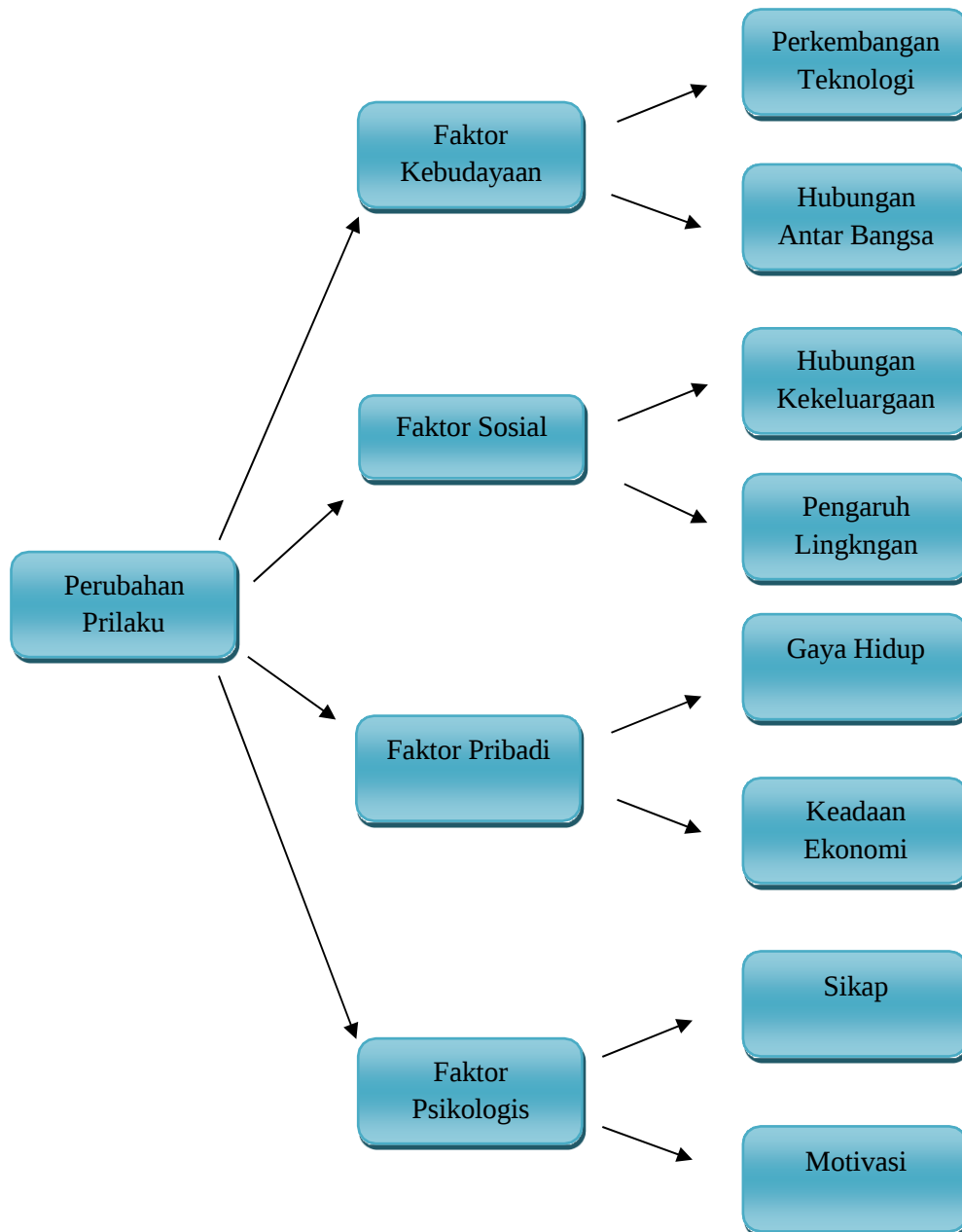
2.9 Kerangka Penelitian

2.9.1 Kerangka berpikir



Gambar 2.1 kerangka berpikir konseptual

2.9.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 kerangka konseptual

2.10 Hipotesis

Hipotesis sementara dalam penelitian ini adalah :

Terdapat faktor-faktor penentu yang mempengaruhi perubahan prilaku yang awal nya dari Amerika style menjadi Korea style terhadap konsumsi makanan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Agar penelitian ini bisa terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan maka jenis penelitian yang dilakukan ini adalah jenis penelitian kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati dan bertujuan untuk menganalisis dan menjawab rumusan masalah.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan acuan dari tinjauan pustaka yang digunakan untuk melakukan penelitian di mana antara variabel yang satu dengan variabel lainnya dapat dihubungkan. Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu, faktor-faktor apa saja penyebab perubahan perilaku dari *Amerika style* menjadi *Korean style* terhadap konsumsi makanan di kota Medan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Indikator Variabel	Indikator Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data
1	Faktor Kebudayaan	Perkembangan Teknologi	Mengikuti perkembangan zaman yang sudah semakin canggih dan selalu terbaru	Notoadmojo, S. 1993. Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan www.indonesian-publichealth.com
		Hubungan Antar Bangsa	Adanya selalu kaitan antar tiap negara terhadap masyarakatnya yang menikmati makanan dari <i>American style</i> ke <i>Korean style</i>	

2	Faktor Sosial	Hubungan Kekeluargaan	dorongan dari kerabat dekat untuk mengonsumsi makanan dari american style ke korean style	Notoadmojo, S. 1993. Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan www.indonesian-publichealth.com
		Pengaruh Lingkungan	Di sekitar kita cukup banyak restoran makanan dari american style sampai korean style	
3	Faktor Pribadi	Gaya Hidup	Banyak peminat food style pada masyarakat bahkan telah banyak orang yang mereview produk makanan korean style yang telah banyak familiar oleh masyarakat	Notoadmojo, S. 1993. Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan www.indonesian-publichealth.com
		Keadaan Ekonomi	Peminat dalam makanan american style ke korean style cukup banyak dan banyak juga yang sesuai dengan budget masyarakat mulai dari harga yang murah hingga mahal	
4	Faktor Psikologi	Sikap	Masyarakat menyikapi american food style dan korean style dari segi rasa, tampilan yang banyak diminati banyak orang	Notoadmojo, S. 1993. Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan www.indonesian-publichealth.com
		Motivasi	Banyak yang telah review american food style dan korean food style terus memotivasi dan membuat banyak orang penasaran akan mencoba makanan tersebut	

3.3 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Medan. Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2023 sampai dengan selesai.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang di peroleh dari observasi, dokumen, hasil wawancara dan hasil pustaka serta data sekunder adalah data yang diperoleh langsung dari hasil publikasi yang berasal dari *website-website* resmi, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan dat dalam bentuk buku maupun jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kota Medan yang mengkonsumsi makanan *American food* dan *Korean food*, yang berusia mulai dari 15 tahun sampai 41 tahun.

3.6 Sampel

Berdasarkan populasi diatas, karena populasi tidak terdata maka penentuan penelitian ini menggunakan nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam menentukan sampel yang akan diambil, peneliti melakukannya secara snowball sampling (bagian dari non-probability sampling). yang merupakan teknik penentuan sampel mula-mula jumlahnya kecil kemudian anggota sampel (responden) mengajak para temannya untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak. peneliti membatasi responden sebanyak 100 orang.

3.7 Teknik Analisis Tujuan Penelitian

3.7.1 Analisis Ekonomi Deskriptif Perkembangan Ekspor dan Impor Amerika Serikat dan Korea Selatan tahun 2017-2021

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisa sederhana untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekspor dan impor Amerika Serikat dan Korea Selatan pada tahun 2017-2021.

3.7.2 Analisis Faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku dalam konsumsi *Korean style* pada Remaja di Kota Medan

Metode analisis faktor merupakan metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Metode ini termasuk salah satu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor.

A. Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Analisis faktor termasuk salah satu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor. Analisis faktor dipergunakan untuk mereduksi data atau meringkas, dari variabel lama yang banyak diubah menjadi sedikit variabel baru yang disebut faktor, dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli. Variabel latent atau variabel untuk data-data kualitatif harus melalui pengujian kelayakan dan keabsahan terlebih dahulu (validitas dan realibilitas) sebelum dikelompokkan menjadi variabel yang akan di analisis faktor.

Dalam penelitian ini juga menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau *component-based structural equation modeling*. Menurut Ghozali dan Latan (2015), tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan tentang ada tidaknya hubungan antar variabel laten (prediction). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak mengasumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sample kecil (Ghozali, 2011). Penelitian ini memiliki model yang kompleks dan jumlah sampel terbatas, sehingga dalam analisis data menggunakan software SmartPLS. SmartPLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak.

Oleh karenanya asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain itu, dengandilakukannya *bootstrapping* maka SmartPLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dapat diterapkan untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau outer model dan model struktural (*structural model*) atau inner model.

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menguji data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistika ini memiliki kegunaan mencakup cara-cara pengumpulan data, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data agar memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai keadaan, peristiwa, atau gejala tertentu sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

1. Uji Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model pengukuran atau outer model menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. valuasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitudengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

Model SEM yang berbasis varian atau *PLS-Path Modeling*, model ini terdiri dari *Outer model* (model pengukuran). Outer Model Atau Pengukuran Bagian Luar disebut juga sebagai model pengukuran. Uji *outer model* bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Uji *outer model* ini menggunakan bantuan prosedur *PLS Algorithm*. Tahap analisis pada *outer model* diukur menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas.

A. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai (Ghozali & Latan, 2015).

B. Validitas Deskriminan (*Descriminant Validity*)

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghozali, 2016). Dalam SMART-PLS pengujian *discriminant validity* dapat dinilai berdasarkan *fornell-larcker criterion* dan *cross loading*. Pada pengujian *fornell-larcker criterion*, *discriminant validity* dapat dikatakan baik jika akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya, sedangkan pada pengujian *cross loading* harus menunjukkan nilai indikator yang lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50.

C. Reability

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur

Reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

2. Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model merupakan model structural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

a. **R-Square**

R-square merupakan suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). R-square merupakan angka yang berkisar antara 0 sampai 1 yang mengindikasikan besarnya kombinasi variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi nilai variabel dependen. Nilai R-square (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Terdapat tiga kategori pengelompokan pada nilai R square yaitu kategori kuat, kategori moderat, dan kategori lemah. Nilai R square 0,75 termasuk ke dalam kategori kuat, nilai R square 0,50 termasuk kategori moderat dan nilai R square 0,25 termasuk kategori lemah.

b. **F-Square**

Uji F-square ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai f-square sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah predictor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural.

c. **Estimate For Path Coefficients**

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode *bootstrapping*.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Bahwa setiap anggota populasi tidak memiliki peluang untuk di jadikan data atau sampel. Pada kusioner ini di gunakan skala Likert, yaitu skala yang dipakai untuk mengumpulkan data demi mengetahui atau mengukur sikap dan pendapatan responden tentang fenomena sosial.

Tidak Setuju

Sangat Setuju



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kota Medan

Kondisi Kota Medan

Kota Medan yang menjadi Ibu kota Propinsi Sumatera Utara secara astronomis terletak antara 20.27' – 20.47' Lintang Utara dan 980.35' – 980.44' Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Kota Medan merupakan salah satu dari 25 Daerah Tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265.10 km². Kota ini merupakan pusat pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah utara, selatan, barat dan timur.

Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli. Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum menurut Stasiun Polonia pada tahun 2006 berkisar antara 23,00 C – 24,10 C dan suhu maksimum berkisar antara 30,60 C – 33,10 C serta menurut Stasiun Sampali suhu minimumnya berkisar antara 23,60 C – 24,40 C dan suhu maksimum berkisar antara 30,20 C – 32,50 C. Selanjutnya mengenai kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 78 – 82 %. Dan kecepatan angin rata-rata sebesar 0,42 m/sec sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 100,6 mm.

Hari hujan di Kota Medan pada tahun 2006 rata-rata perbulan hari dengan rata-rata curah hujan menurut Stasiun Sampali perbulannya 230,3 mm dan pada Stasiun Polonia perbulannya 211,67 mm.

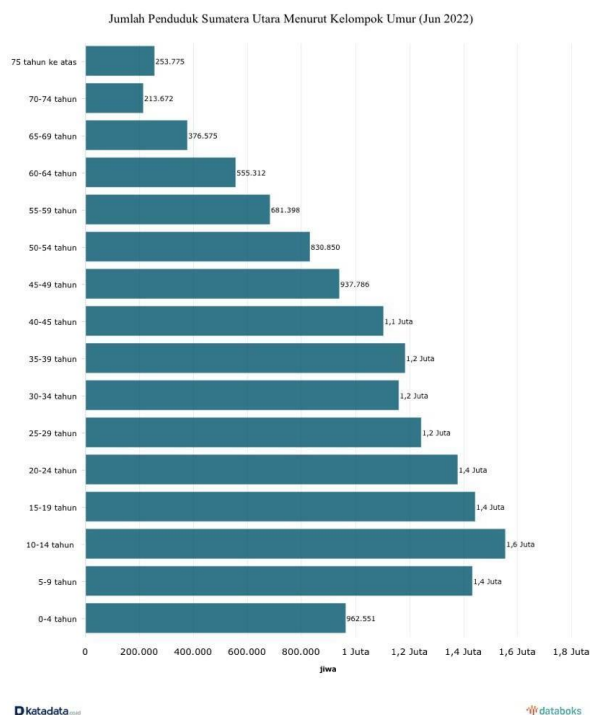
4.1.1 Kondisi Demografi Kota Medan

Berdasarkan data kependudukan tahun 2005, penduduk Medan diperkirakan telah mencapai 2.036.018 jiwa, dengan jumlah wanita lebih besar dari pria, (1.010.174 jiwa > 995.968 jiwa). Jumlah penduduk tersebut diketahui merupakan penduduk tetap, sedangkan penduduk tidak tetap diperkirakan mencapai lebih dari 500.000 jiwa, yang merupakan penduduk komuter.

Berdasarkan Sensus Penduduk Indonesia 2010, penduduk Medan berjumlah 2.109.339 jiwa.[28] Penduduk Medan terdiri atas 1.040.680 laki-laki dan 1.068.659 perempuan.[28] Bersama kawasan metropolitannya (Kota Binjai dan Kabupaten Deli Serdang) penduduk Medan mencapai 4.144.583 jiwa. Dengan demikian Medan merupakan kota dengan jumlah penduduk terbesar di Sumatra dan keempat di Indonesia.

Sebagian besar penduduk Medan berasal dari kelompok umur 0-19 dan 20-39 tahun (masing-masing 41% dan 37,8% dari total penduduk). Dilihat dari struktur umur penduduk, Medan dihuni lebih kurang 1.377.751 jiwa berusia produktif, (15-59 tahun). Selanjutnya dilihat dari tingkat pendidikan, rata-rata lama sekolah penduduk telah mencapai 10,5 tahun. Dengan demikian, secara relatif tersedia tenaga kerja yang cukup, yang dapat bekerja pada berbagai jenis perusahaan, baik jasa, perdagangan, maupun industri manufaktur.

Laju pertumbuhan penduduk Medan periode tahun 2000-2004 cenderung mengalami peningkatan, dimana tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2000 adalah sebesar 0,09% dan menjadi 0,63% pada tahun 2004. Jumlah penduduk paling banyak ada di Kecamatan Medan Deli, disusul Medan Helvetia dan Medan Tembung. Jumlah penduduk yang paling sedikit, terdapat di Kecamatan Medan Baru, Medan Maimun, dan Medan Polonia. Tingkat kepadatan penduduk tertinggi ada di Kecamatan Medan Perjuangan, Medan Area, dan Medan Timur. Pada tahun 2004, angka harapan hidup bagi laki-laki adalah 69 tahun sedangkan bagi wanita adalah 71 tahun.



Sumber : databoks.katadata.co.id

Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur (Juni 2022)

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Sumatera Utara ada 15,31 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, sebanyak 10,51 juta jiwa (68,68%) penduduk Sumatera Utara masuk kelompok usia produktif (15-64 tahun) dan sebanyak 4,79 juta jiwa (31,32%) adalah kelompok usia tidak produktif.

Rinciannya, sebanyak 3,94 juta jiwa (25,81%) penduduk Sumatera Utara adalah kelompok usia belum produktif (0-14 tahun) dan sebanyak 844,02 ribu jiwa (5,51%) yang masuk kelompok usia sudah tidak produktif (65 tahun ke atas). Dengan komposisi jumlah penduduk seperti terlihat pada grafik, angka ketergantungan (Dependency Ratio) penduduk Sumatera Utara sebesar 45,6%. Artinya, setiap 100 penduduk usia produktif menanggung 45-46 jiwa penduduk usia tidak produktif.

Menurut jenis kelamin, terdapat 7,67 juta jiwa (50,09%) penduduk Sumatera Utara yang berjenis kelamin laki-laki dan ada 7,64 juta jiwa (49,91%) perempuan. Sedangkan berdasarkan status perkawinan, ada 6,64 juta jiwa (43,38%) penduduk yang berstatus kawin dan terdapat 7,89 (51,57%) penduduk Sumatera Utara yang belum kawin. Ada pula 129,58 ribu jiwa (0,85%) penduduk di provinsi dengan Ibu Kota Medan ini yang berstatus cerai hidup dan terdapat pula 643,27 jiwa (4,2%) yang berstatus cerai mati.

4.1.2 Kerjasama Indonesia dan Amerika Serikat

Amerika Serikat dan Indonesia memiliki Kemitraan Strategis yang mendalam dan langgeng yang didasari oleh nilai-nilai bersama, termasuk kepercayaan mendasar terhadap demokrasi. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia berada pada posisi yang tepat – baik secara regional maupun global – untuk menjadi contoh bagi negara-negara lain dalam hal toleransi beragama, kemajemukan, dan inklusi.

Memperkuat Kemitraan Strategis dengan Indonesia merupakan prioritas kebijakan luar negeri AS, mengingat status Indonesia sebagai negara demokrasi terbesar ketiga di dunia, peran kepemimpinannya yang bersejarah dalam ASEAN, dan perannya sebagai presiden G20. Kunjungan Menlu Blinken ke Jakarta merupakan tindak lanjut dari Dialog Strategis AS-Indonesia pertama yang diadakan di Washington pada Agustus 2021, pertemuan antara Presiden Joseph R. Biden dan Presiden Jokowi di Glasgow pada November, serta partisipasi Presiden Jokowi dalam Summit Democracy pada bulan Desember.

Amerika Serikat adalah salah satu mitra utama Indonesia, termasuk dalam bidang perdagangan (ekspor dan impor). Hal tersebut akan selalu ditingkatkan untuk memajukan dan menjaga hubungan bilateral kedua negara. Sehubungan dengan itu, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto melaksanakan pertemuan dengan Duta Besar Amerika Serikat untuk Indonesia Sung Yong Kim.

Pertemuan bilateral berlangsung sangat konstruktif dengan membahas sejumlah topik untuk meningkatkan kerja sama ekonomi dan meningkatkan investasi kedua negara. Volume perdagangan kedua negara saat ini mencapai US\$27,5 miliar, meningkat 20,1% dibandingkan periode sama tahun 2021. Kedua negara menargetkan peningkatan perdagangan sebanyak US\$60 miliar dalam beberapa tahun ke depan.

Menko Airlangga menyoroti inisiasi Amerika Serikat terkait Partnership for Global Infrastructure and Investment (PGII). PGII diluncurkan pada 22 Juni 2021 di KTT G7 Inggris. Amerika Serikat rencananya akan mengalokasikan pendanaan sebesar US\$600 miliar bagi PGII. “Indonesia mengharapkan dapat berpartisipasi dalam inisiasi PGII untuk proyek-proyek strategis. Duta Besar Kim menyampaikan apresiasi atas penanganan pandemi dan pemulihan ekonomi di Indonesia. “Presiden Jokowi dan jajaran Pemerintah Indonesia telah bekerja keras menangani pandemi dan pemulihan ekonomi. Semoga Indonesia dan Amerika Serikat dapat terus bekerja sama untuk kepentingan ekonomi bersama.

Dubes Kim juga berterima kasih untuk partisipasi Indonesia dalam Indo-Pacific Economic Framework for Prosperity (IPEF). Indonesia dan negara-negara partisipan lainnya saat ini sedang giat membicarakan isu-isu konseptual yang akan menjadi dasar dalam perundingan IPEF dalam waktu dekat. Selain itu membahas persiapan KTT G20 di Bali dan hasil-hasil konkret yang ingin dicapai sebagai tindak lanjut dari KTT. Keduanya juga membahas berbagai potensi investasi dan proyek yang sudah berjalan oleh pihak swasta kedua negara.

4.1.3 Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan

Hubungan diplomatik Indonesia dan Korea Selatan terjalin sejak tahun 1973 dan hubungan tingkat konsulat dimulai pada Agustus 1966. Saat ini hubungan diplomatik Indonesia-Korea Selatan menginjak usia 50 tahun. Pada Desember 2006, kedua negara menandatangani suatu deklarasi kemitraan strategis (*Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century*) di Jakarta. Deklarasi ini meliputi kerjasama politik dan keamanan, kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi serta kerjasama sosial budaya. Adanya deklarasi tersebut mendorong kedua negara untuk lebih mempererat persahabatan dan menciptakan kerjasama yang lebih baik.

Berkembangnya kerjasama Korea Selatan-Indonesia dibidang ekonomi membuat Korea Selatan sebagai negara industri memerlukan berbagai sumber daya, tidak hanya sumber daya alam yang sebagian diimpor karena sangat sedikitnya sumber daya alam Korea Selatan, negara ini juga mendatangkan tenaga kerja asing untuk menjalankan mesin-mesin industrinya.

Disamping kurangnya angkatan kerja yang tersedia, masyarakat Korea selatan yang sudah mempunyai tingkat kemakmuran yang tinggi umumnya kurang berminat untuk bekerja di sektor industri terutama bagian pekerjaan yang berbahaya dan sulit. Untuk memenuhi kebutuhan sektor industri yang sebagian besar adalah usaha kecil dan menengah maka dibukalah pintu masuk bagi tenaga kerja asing. Sejak terjalinnya kerjasama kedua negara tersebut, perdagangan antara kedua negara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seiring berjalannya waktu, hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan mengalami pasang surut dalam sektor ekspor dan impor.

4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian

4.2.1 Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia-Amerika Serikat tahun 2017-2022

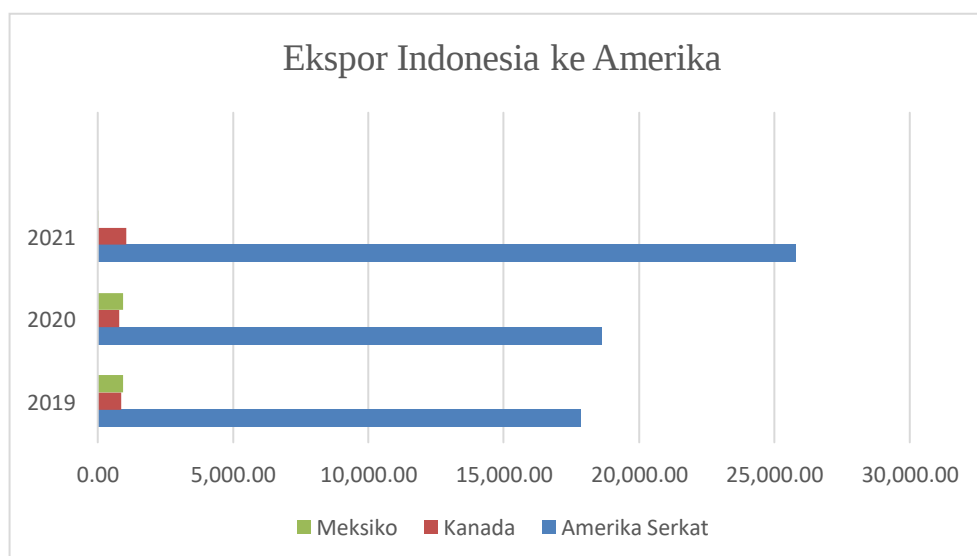
Salah satu fakta yang tertera adalah bahwa nilai ekspor barang Amerika ke Indonesia lebih besar 12,06% dari pada impor barang Indonesia dari Amerika. Datanya menunjukkan bahwa nilai ekspor barang Indonesia ke Amerika adalah selama 2008 sampai 2012 adalah 7,04%. Data lainnya adalah impor barang Indonesia dari Amerika selama lima tahun adalah senilai 12,71%.

Pada tahun 2020, Indonesia menuliskan bahwa ekspor dengan Amerika sebesar US\$ 18,67 miliar per Desember. Nilai ini lebih tinggi dari pada nilai di tahun sebelumnya yaitu US\$ 17,87 miliar. Hal ini membuktikan bahwa memang nilai ekspor pada tahun 2020 adalah nilai tertinggi.

Indonesia mengekspor beberapa barang atau produk ke Amerika, yang ternyata memiliki minat tinggi di Negara Amerika. Barang-barang tersebut adalah, pertama artikel-artikel aksesoris, pakaian atau rajutan. Produk ini duduk di peringkat pertama sebagai produk yang di ekspor Indonesia ke Amerika. Nilai tertinggi dari ekspor produk ini mencapai US\$ 2,18 miliar.

Kedua adalah mesin peralatan listrik dan bagian-bagiannya. Produk ini menempati posisi kedua dengan nilai terbanyak. Nilainya bisa mencapai US\$ 1,81 miliar pada tahun 2020. Tidak hanya ekspor, Indonesia juga menerima impor dari Amerika. Barang-barang tersebut adalah, pertama bahan bakar mineral dan minyak mineral. Produk ini dapat mencapai nilai impor sebesar US\$ 1,18 miliar.

Produk kedua adalah mesin, reaktor nuklir dan boiler. Produk ini dapat menghasilkan nilai impor sampai US\$ 1,17 miliar. Produk ketiga adalah biji minyak dan buah oleaginous. Produk ini dapat menghasilkan nilai impor mencapai US\$ 912,17 juta. Indonesia telah membukukan nilai impor dari Amerika sebesar US\$ 8,64 miliar di tahun 2020. Di tahun 2019 nilai impor nya adalah US\$ 9,32 miliar. Ini berarti memang terjadi penurunan di tahun 2020. Dalam 10 tahun memang angka nilai impor dengan Amerika menurun drastis terendah ada pada nilai US\$ 7,32 miliar dan tertinggi adalah sebesar US\$ 11,61 miliar.



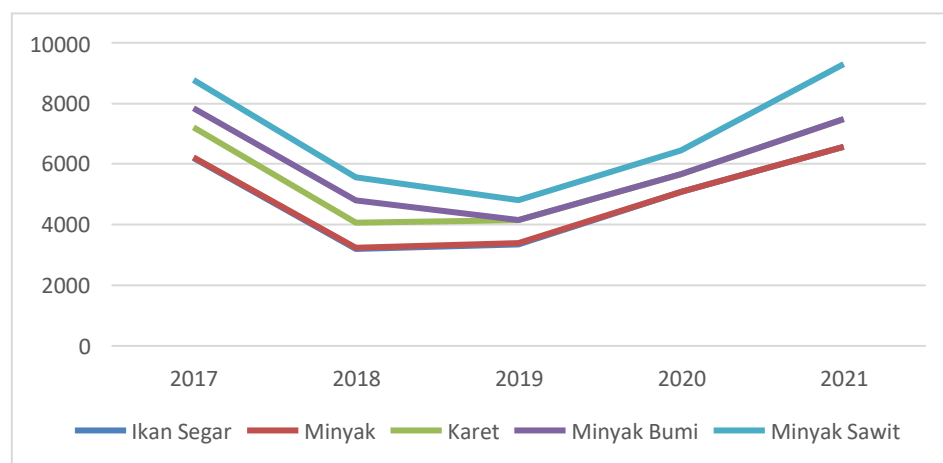
Sumber : BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.2 Nilai Ekspor Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2019-2021

Grafik diatas menunjukkan bahwa nilai impor dari beberapa negara di Benua Amerika mengalami dinamika naik turun. Pada tahun 2021, nilai impor dari 3 negara cenderung mengalami kenaikan. Dimulai dari negara Meksiko yang memiliki nilai ekspor terbesar yaitu sebesar 939,936,1304 US\$, negara Kanada

sebesar 858,789,1063 US\$ dan negara Amerika Serikat sebesar 17,18,25 US\$.

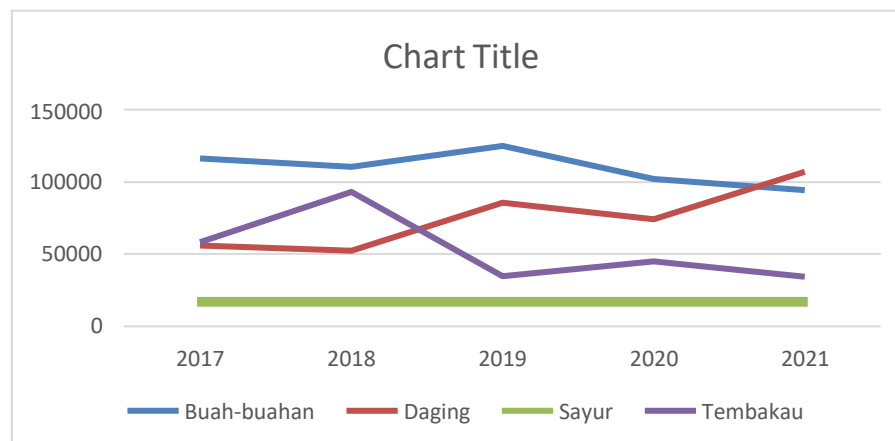
Dengan meningkatnya nilai ekspor negara Amerika Serikat ke Indonesia maka negara Indonesia akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia. Terdapat pula beberapa jenis barang/komoditi yang diekspor Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2017-2021 sebagai berikut :



Sumber : BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.3 Jenis barang ekspor Indonesia ke Amerika Serikat 2017-2021

Berdasarkan grafik 4.3 bahwa terdapat 5 barang/komoditi yang diekspor Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2017-2021. Dari ke 5 barang/komoditi tersebut, terdapat komoditi terbesar yang diekspor Indonesia ke Amerika Serikat yaitu ikan segar dengan nilai 6.567 US\$ pada tahun 2021, kemudian minyak sawit menjadi peringkat ke dua sesudah ikan segar dengan nilai 1.816 US\$. Tidak hanya ekspor namun kegiatan impor juga dilakukan oleh Indonesia dan Amerika Serikat. Adapun nilai impor dari Amerika Serikat ke Indonesia yaitu sebagai berikut.



Sumber : BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.4 Nilai Impor Negara Indonesia dan Amerika Serikat Tahun 2017-2021

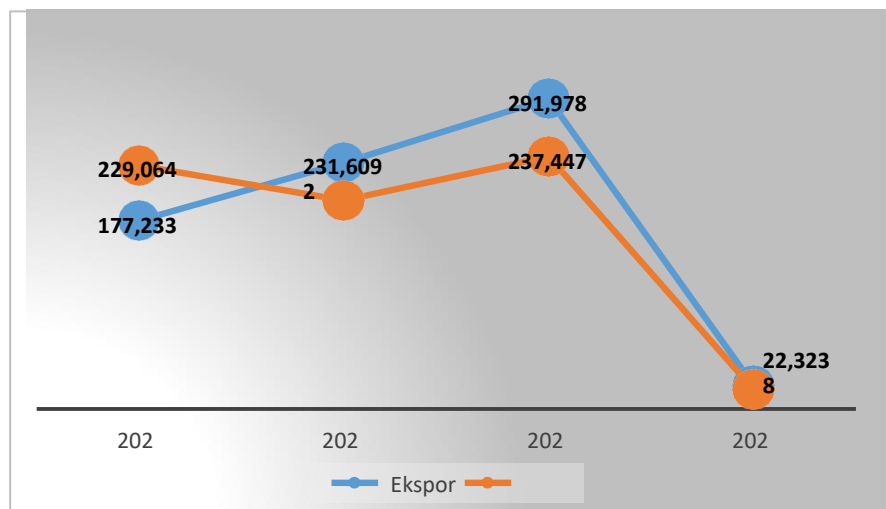
Berdasarkan data yang sudah tertera, dapat dilihat bahwa nilai impor Indonesia dan Amerika Serikat dengan komoditi buah – buahan lebih besar dari pada komoditi lain nya dengan nilai 116,110,124,102,94 US\$ dan komoditi dengan urutan ke 2 sesudah buah buahan ialah daging dengan nilai 55,52,85,73,106 US\$ dan untuk komoditi paling rendah yaitu sayuran dengan nilai 17,17,18,15,15 US\$. Dengan meningkatnya nilai impor negara Amerika ke Indonesia maka akan membawa pengaruh buruk seperti penurunan produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun.

Dengan berkembangnya globalisasi saat ini, hampir seluruh negara didunia melakukan kerjasama termasuk dengan negara Indonesia, baik dalam bidang ekonomi dan investasi, bidang keamanan politik serta bidang sosial dan budaya. Jika kerjasama antar negara tidak dilakukan maka negara Indonesia harus mengkonsumsi produknya sendiri dan tidak dapat mengkonsumsi produk yang sulit di produksi oleh negaranya sendiri. Hubungan kerjasama antar negara di dunia

diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam tata pergaulan internasional, demi terciptanya perdamaian dan kesejahteraan hidup bahkan untuk negara maju sekalipun tetap membutuhkan negara lain agar dapat mengkonversi kekayaannya dengan bahan-bahan baku yang dihasilkan oleh negara lain.

Perdagangan internasional merupakan sebuah kegiatan perdagangan yang terjadi di antara 2 negara yang berbeda melalui aktivitas ekspor dan impor, barter, lintas perbatasan, package deal, dan konsinyasi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan oleh ke 2 negara tersebut, yang didorong oleh perkembangan kemajuan IPTEK, adanya perbedaan sumber daya alam di tiap negara, kebebasan ekonomi dunia, kebutuhan dari setiap negara, dan kemampuan maupun ketidakmampuan negara tersebut untuk dapat memproduksi kebutuhannya sendiri.

Indonesia sudah bergabung kedalam WTO (World Trade Organization) sejak tahun 1994 dengan tujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi, menumbuhkan perekonomian bangsa, dan meningkatkan kesejahteraan bangsa. Perdagangan internasional Indonesia terus mengalami naik-turun. Dapat dilihat pada data berikut perkembangan ekspor dan impor negara Indonesia pada tiga tahun terakhir (2020-2023).



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik 4.5 Nilai Ekspor dan Impor Bulanan Indonesia(2020-Januari 2023)

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa nilai ekspor meningkat sampai dengan tahun 2022 dengan nilai sebesar 291,9789 US\$ lalu mengalami penurunan pada Januari 2023 dengan nilai sebesar 22,3238 US\$. Sama halnya dengan ekspor, nilai impor juga turun pada Januari 2023 sebesar 18,4429 US\$. Adapun nilai ekspor pada Januari 2023 lebih tinggi dari impornya. Meski menurun, nilai ekspor-impor Indonesia secara tahunan (*year-on-year/yoy*) meningkat.

Pandemi Covid-19 membawa pengaruh besar terhadap perdagangan internasional Indonesia dan ekonomi global. Akibat pandemi, terjadi perubahan besar dalam pola perdagangan dunia seperti, adanya sistem lockdown yang diterapkan oleh beberapa negara yang mempengaruhi waktu dan biaya yang dibutuhkan dalam pengiriman barang, penerapan protokol kesehatan yang mengakibatkan bertambahnya biaya pengiriman logistik, adanya larangan ekspor dan impor beberapa komoditas tertentu seperti pangan dan kesehatan. Gangguan yang terjadi pada supply dan demand, juga perubahan pada pusat rantai pasokan

global dari beberapa negara seperti, China, Jerman, dan Amerika Serikat. China sendiri merupakan partner dagang terbesar yang menjalin hubungan perdagangan internasional dengan Indonesia.

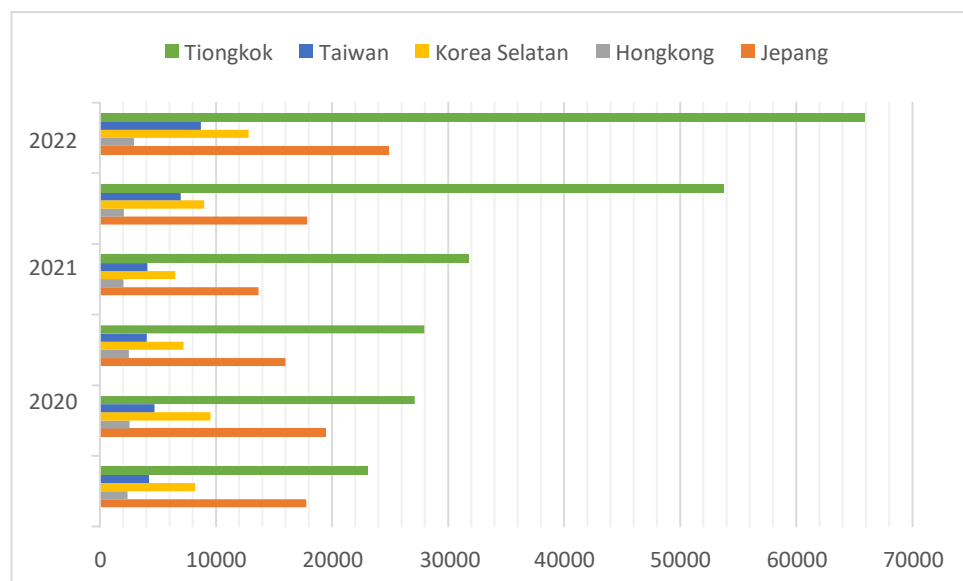
Indonesia mengimpor barang dari China sebesar 26% dan mengekspor barang ke China sebesar 16,7%. Akibat pandemi, terjadi hambatan perdagangan internasional dengan China terutama produk yang diimpor dari China seperti berbagai kebutuhan pangan contohnya bawang putih yang hampir 100% diimpor langsung dari China, dan gula pasir. Akibat hambatan importer tersebut, harga bawang putih dan gula pasir di Indonesia turut melonjak dikarenakan kelangkaan komoditas yang disebabkan oleh ketidakstabilan dan ketidakseimbangan supply.

Di Indonesia juga terjadi penurunan pendapatan di berbagai sektor industri, dan penurunan pendapatan dari sektor pajak. Namun, meskipun demikian Indonesia masih mampu bertahan. Menurut data yang dipublikasikan oleh Menkeu, pendapatan negara pada akhir Triwulan 1 2020 mengalami pertumbuhan sebesar 7.75% dibandingkan dengan pendapatan pada bulan Februari 2020 yang -0.5%.

Namun, ketegangan ekonomi tetap ada karena pandemi yang belum berakhir dan Indonesia harus dapat mempertahankan posisi amannya. Oleh karena itu, WTO harus dapat mengkoordinasi dengan baik negara-negara yang tergabung di dalamnya dan mencari solusi yang dapat membantu setiap negara melewati kesulitan perdagangan internasional di masa pandemi ini seperti, pengurangan tarif dalam perdagangan internasional, memaksimalkan penggunaan teknologi digital, dan pengurangan pajak dalam perdagangan internasional.

Indonesia dan Korea Selatan merupakan negara yang telah menjalin

kerjasama lebih dari 40 tahun. Pada Desember 2006, kedua negara ini menandatangani suatu *platform* kerjasama yaitu *Join Declaration* untuk mendorong mempercepat persahabatan dan menciptakan kerjasama yang lebih kongkrit. Seiring berjalannya waktu, hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan mengalami pasang surut dalam sektor ekspor dan impor. Dapat dilihat pada data berikut :

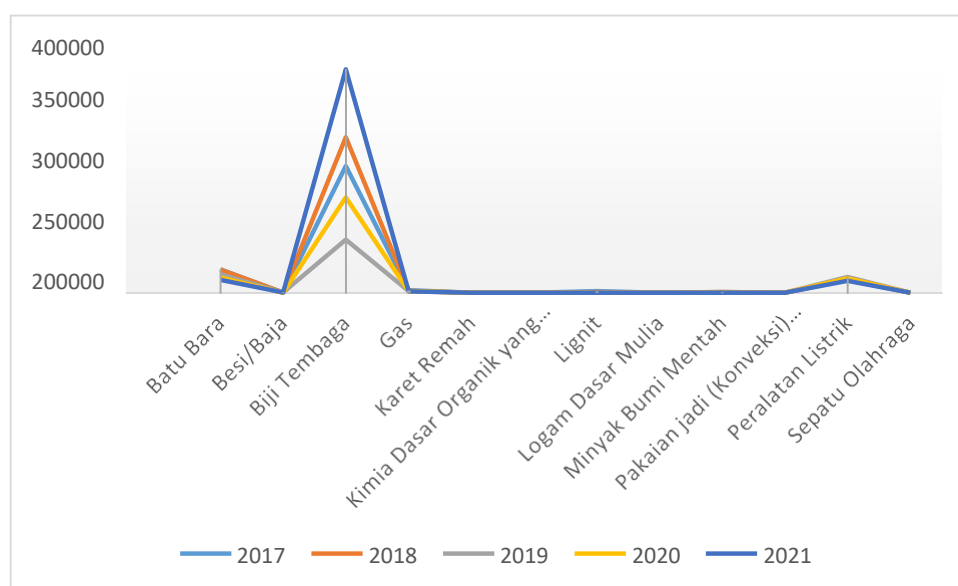


Sumber: Kementerian Perdagangan

Grafik 4.6 Nilai Ekspor Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2017-2022

Berdasarkan grafik 4.2 terlihat bahwa pergerakan nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2022 tidak stabil. Terutama pada 3 tahun terakhir ini dikarenakan adanya *Covid-19*. Dari beberapa negara Asia, ada tiga negara yang memiliki nilai ekspor terbesar pada tahun 2022. Pertama dimiliki oleh negara Tiongkok dengan jumlah sebesar 65.924,10 US\$. Selanjutnya yaitu negara Jepang dengan nilai 24.845,50 US\$ dan yang ketiga yaitu negara Korea Selatan dengan nilai 12.813,70 US\$. Negara yang memiliki nilai ekspor terkecil yaitu negara Hongkong dengan nilai sebesar 2.953,10 US\$.

Pada tahun 2020-2022 dapat terlihat bahwa nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan maka negara Indonesia akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia. Terdapat pula beberapa jenis barang/komoditi yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2021 sebagai berikut:

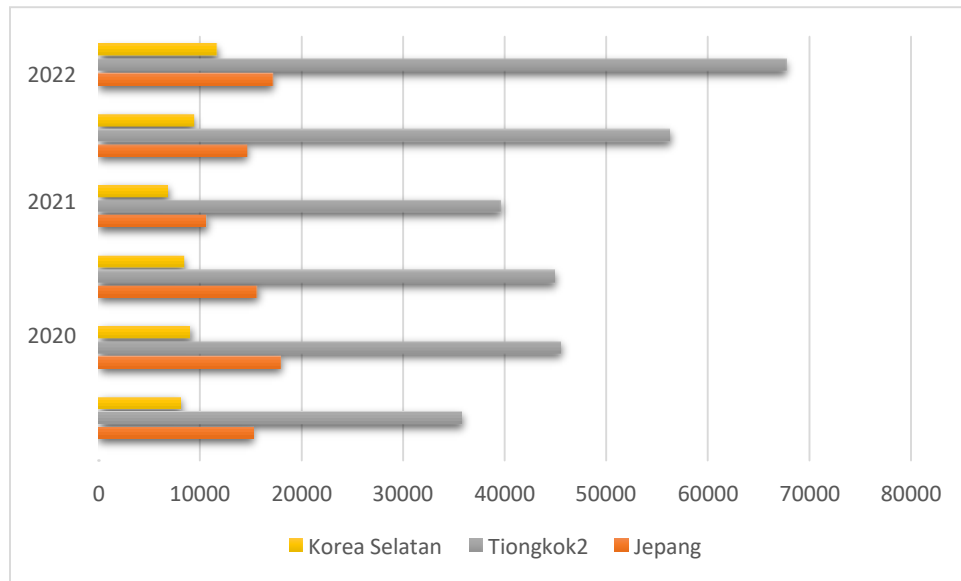


Sumber: BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.7 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021

Berdasarkan grafik 4.3 bahwa terdapat 12 barang/komoditi yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2021. Dari ke 12 barang/komoditi tersebut, terdapat 3 komoditi terbesar yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan yaitu biji tembaga dengan nilai 360.807,80 ton, batu bara dengan nilai 21.011,20 ton, dan peralatan listrik dengan nilai 19.031,10 ton. Pada tahun 2021 ada 2 komoditi yang sama sekali tidak di ekspor ke Korea Selatan yaitu lignit dan logam dasar mulia. Tidak hanya ekspor namun kegiatan impor juga dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan. Adapun nilai impor dari Korea Selatan ke Indonesia

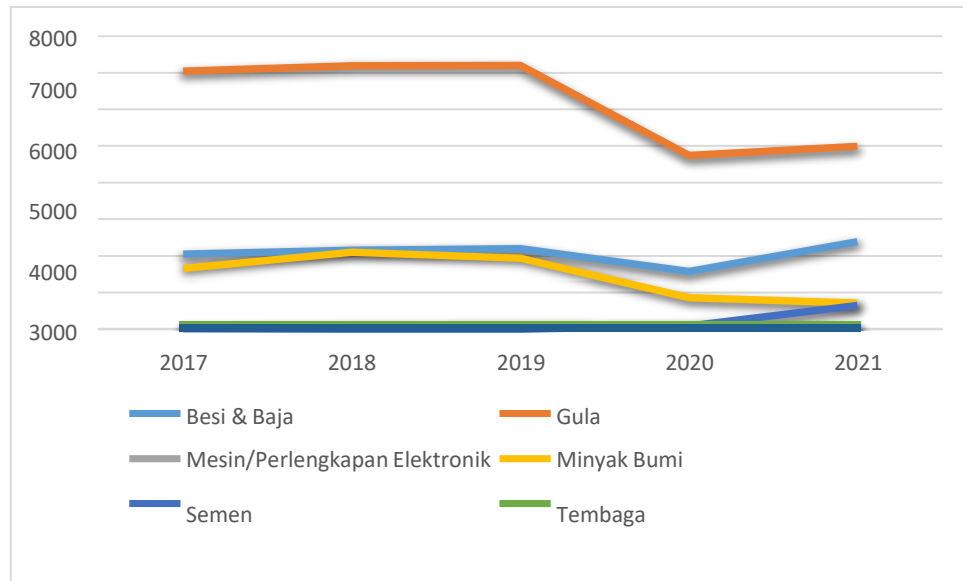
yaitu sebagai berikut.



Sumber: Kementerian Perdagangan

Grafik 4.8 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022

Grafik diatas menunjukkan bahwa nilai impor dari beberapa negara di Asia mengalami dinamika naik turun. Pada tahun 2022, nilai impor dari 3 negara Asia cenderung mengalami kenaikan. Dimulai dari negara Tiongkok yang memiliki nilai impor terbesar yaitu sebesar 67.723,70 US\$, negara Jepang sebesar 17.176,70 US\$ dan negara Korea Selatan sebesar 11.718,20 US\$. Dengan meningkatnya nilai impor negara Korea Selatan ke Indonesia maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun. Adapun beberapa barang/komoditi yang di Impor Korea Selatan ke Indonesia pada lima tahun terakhir sebagai berikut.



Sumber: BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.9 Jenis barang Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022

Berdasarkan data yang sudah tertera, dapat dilihat bahwa nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan lebih besar dari pada nilai impor Korea Selatan ke Indonesia. Nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2022 sebesar 11.718,20 US\$ dan nilai impor Korea Selatan ke Indonesia pada tahun 2022 yaitu sebesar 813,70 US\$. Dapat dilihat juga dengan jumlah barang yang di ekspor paling banyak ke Korea Selatan pada tahun 2021 yaitu komoditi biji tembaga sebanyak 360.807,8 ton. Sedangkan barang yang diimpor Korea Selatan paling banyak pada tahun 2019 yaitu komoditi gula dengan jumlah 7.200 ton.

4.2.2 Analisis Faktor yang merubah perilaku konsumsi makanan dari American Style menjadi Korean Style di Kota Medan.

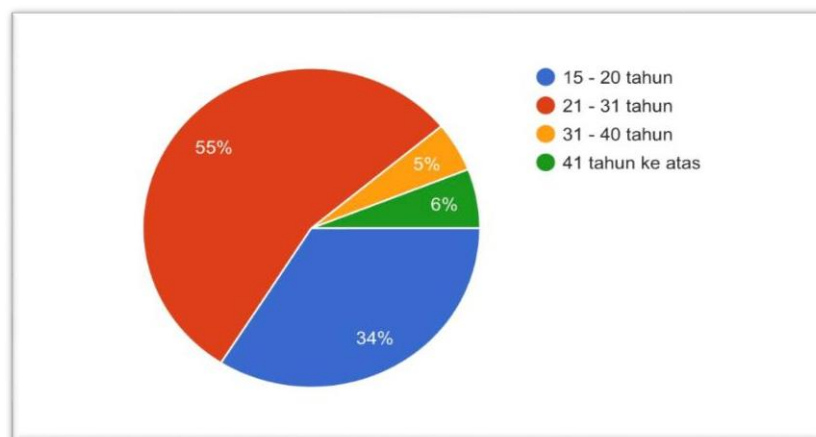
A. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik sampel, Dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada semua kalangan usia, mulai dari usia 15 tahun hingga 40 tahun keatas yang memiliki ketertarikan pada american food style dan korean food style.

Penyebaran tersebut dilakukan dengan cara memberikan kuesioner menggunakan goggle form, dan dikirim dalam bentuk link web melalui media yaitu Whatsapp.

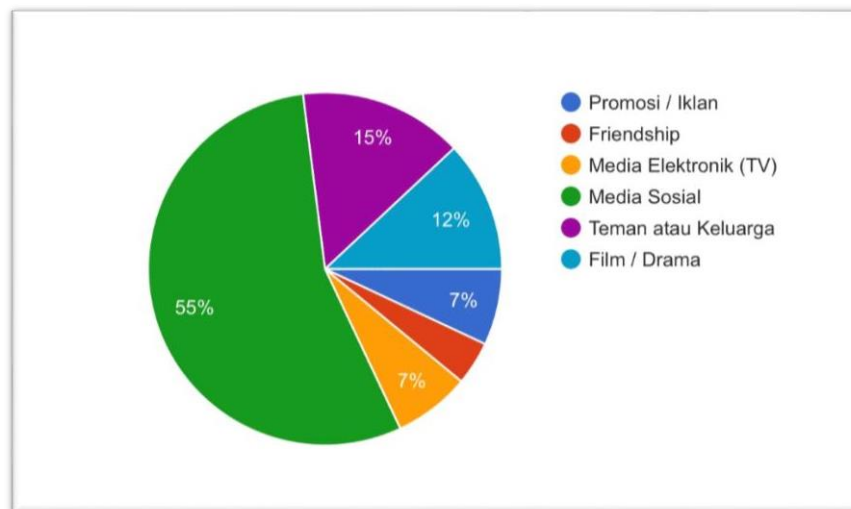
B. Data Indentitas Responden

1. Usia



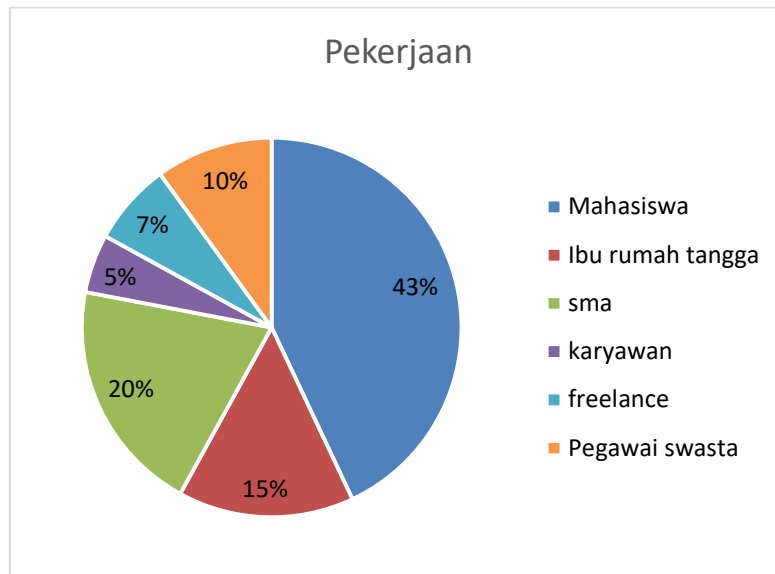
Gambar 4.10 Usia Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa usia dari 100 responden masyarakat dalam konsumsi makanan *American food* dan *Korean food* ,55 responden masyarakat berusia 21 – 31 tahun dan 34 orang berusia 15-20 tahun dan urutan paling sedikit 5 responden masyarakat berusia 31- 40 tahun, dan dapat dilihat dari penjelasan diatas bahwa responden masyarakat di kota Medan yang mengkonsumsi makanan *American food* dan *Korean food* lebih banyak berusia 21 tahun sampai 31 tahun dan dengan



Gambar 4.11 Jenis Media Sosial Responden Mengetahui American Food dan Korean Food

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 55 responden masyarakat di kota Medan yang mengetahui *American food* dan *Korean food* konsumsi makanan di Kota Medan mengetahui dengan media sosial, dan urutan kedua 15 responden masyarakat kota Medan mengetahui *American food* dan *Korean food* dari teman atau keluarga, dan urutan ketiga 12 responden masyarakat di kota Medan mengetahui dengan *film/drama* dan urutan paling terendah 4 responden masyarakat di kota Medan mengetahui *American food* dan *Korean food* *Friendship*. Dan dapat dilihat dari penjelasan di atas bahwa responden masyarakat di kota Medan yang mengetahui *American food* dan *Korean food* banyak mengetahui dari media sosial. *Korean food style* karena rasa maupun harga produk lebih terjangkau, hal tersebut yang mempengaruhi saya dalam mengkonsumsi produk tersebut.



Gambar 4.12 Jenis Pekerjaan Responden Mengenal *American Food* dan *Korean Food*

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang mengenal *American food* dan *Korean food* terhadap konsumsi makanan di Kota Medan responden pada penelitian ini dengan urutan pertama yaitu mahasiswa dengan jumlah 43 responden, untuk urutan kedua yaitu anak sma dengan jumlah 20 responden, untuk urutan ke 3 yaitu ibu rumah tangga dengan jumlah 15 responden, urutan ke 4 yaitu pegawai swasta dengan jumlah 10 responden, urutan ke 5 yaitu freelance dengan jumlah 7 responden dan untuk jumlah paling sedikit yaitu 5 responden, dengan ini dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini berbagai jenis pekerjaan yang mengenal *American food* dan *Korean food* konsumsi makanan di Kota Medan.

4.2.3 Hasil Penelitian Analisis SM-PLS

A. *Convergent Validity*

Berdasarkan hasil analisis data pada *convergent validity* pada indikator-indikator pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. *Convergent Validity* Pada Masyarakat di Kota Medan

Dalam Indikator konstruk pada Masyarakat Kota Medan di Kota Medan tentang faktor yang merubah perilaku konsumsi makanan dari *American Food Style* menjadi *Korean Food Style* berjumlah 5 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1 *Convergent Validity* Masyarakat Kota Medan

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
MKM1	0,818	0,40	Memenuhi
MKM2	0,809	0,40	Memenuhi
MKM3	0,644	0,40	Memenuhi
MKM4	0,799	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.1 diatas menunjukan bahwa di dalam variabel Masyarakat Kota Medan dengan 4 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**MKM1:** saya percaya bahwa produk makanan dari *korean food*, lebih menarik dan enak dari pada *American Food Style*, hal ini sesuai dengan kondisi budaya saya saat ini sehingga berpengaruh pada keputusan untuk mengkonsumsi produk tersebut, **MKM2:** saya lebih memilih makanan *Korean Food Style* daripada makanan *American Food Style* di karenakan cita rasa makanan sesuai dengan selera saya, **MKM3:** Saya memutuskan untuk melakukan pembelian produk *american food style*

dari pada *korean food style*, dan **MKM4**: Saya lebih suka mengkonsumsi *Korean food style* di bandingkan *American Food Style* karena perkembangannya yang sangat pesat sebab banyak anak muda sebagai *fans selebrity* asal Korea Selatan.

Hal tersebut mempegaruhi saya dalam mengkonsumsi produk produk makanan tersebut) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada keempat indikator tersebut dapat dilihat bahwa makanan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Kota Medan lebih banyak pada makanan *Korean Food Style*. Masyarakat memilih makanan tersebut dikarenakan cita rasa yang dijual oleh produsen sudah sesuai dengan cita rasa yang diinginkan masyarakat yang mengkonsumsi *Korean Food Style* dan juga produk yang dijual oleh produsen memiliki harga yang cukup terjangkau sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli produk tersebut.

2. *Convergent Validity* Pada Faktor Kebudayaan

Dalam indikator konstruk pada faktor kebudayaan berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2 *Convergent Validity* Faktor Kebudayaan

Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
FB1	0,815	0,40	Memenuhi
FB2	0,587	0,40	Memenuhi
FB3	0,709	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.2 diatas menunjukan bahwa di dalam variabel faktor kebudayaan dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FB1**: Canggihnya

teknologi memudahkan saya yang awalnya mengetahui produk *American Food Style* dan sekarang lebih mengetahui produk *Korean Food Style*, hal tersebut yang mempengaruhi saya dalam mengkonsumsi makanan *Korean Food*, **FB2:** Sebelum saya memutuskan untuk membeli produk makanan *American Food Style* dan *Korean Food Style*, saya mencari tahu dahulu bagaimana review makanan tersebut dari sosial media, dan **FB3:** Beberapa Produk lokal telah meniru atau mengikuti ciri khas makanan *Amerika Food style* dan *Korean Food style*.

Hal tersebut memudahkan saya dalam mengkonsumsi makanan lokal yang memiliki cita rasa *Korean Food*) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada ketiga indikator tersebut dapat dilihat bahwa peran teknologi atau sosial media sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat untuk mengkonsumsi makanan *Korean Food Style*. Dengan canggihnya teknologi, para konsumen lebih mudah untuk melihat apa saja produk-produk makanan terbaik yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat di Kota Medan serta para konsumen atau penikmat tersebut dapat melihat makanan lokal apa saja yang memiliki rasa mirip dengan rasa *Korean Food Style*.

3. *Convergent Validity* Pada Faktor Sosial

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3 Convergent Validity Faktor Sosial

Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Keterangan
FSS1	0,857	0,40	Memenuhi
FSS2	0,885	0,40	Memenuhi
FSS3	0,772	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.3 diatas menunjukan bahwa di dalam variabel faktor sosial dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FSS1:** Adanya Pengaruh orang – orang di sekitar saya mempengaruhi saya dalam melakukan konsumsi produk *korean food style* dikarenakan saat ini lebih *trend* dari pada *american food style*, sehingga sangat mudah memutuskan mengkonsumsi produk tersebut, **FSS2:** Dari pendapatan/ulasan dari teman saya tentang cita rasa produk *american food style* menjadi *korean food style* mempengaruhi saya dalam mengkonsumsi produk, dan **FSS3:** Teman saya lebih suka mengkonsumsi makanan *Korean food style* dari pada *American Food style* sebab makanan *Korean Food style* lebih dominan pedas.

Hal tersebut mempengaruhi saya dalam membeli makanan *Korean Food style*) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada ketiga indikator tersebut dapat dilihat bahwa peran orang-orang sekitar maupun orang-orang terdekat sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat untuk mengkonsumsi makanan *Korean Food Style*. Tidak

hanya itu tetapi para penikmat *Korean Food Style* yang sudah mengenal produk-produk tersebut akan mempengaruhi orang lain dengan cara memberikan pendapat mereka tentang rasa dan harga yang terjangkau dari *Korean Food Style* tersebut.

4. *Convergent Validity* Pada Faktor Pribadi

Dalam indikator konstruk pada faktor pribadi berjumlah 2 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4 *Convergent Validity* Faktor Pribadi

Indikator	<i>Loading Fackor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPD1	0,803	0,40	Memenuhi
FPD2	0,839	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.4 diatas menunjukan bahwa di dalam variabel faktor pribadi dengan 2 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FPD1**: Produk makanan *korean food style* dan produk *american food* mempengaruhi gaya hidup saya dalam pembelian dan mengkonsumsi makanan tersebut dan **FPD2**: Produk makanan *korean food style* dan produk *american food* , dapat diminati pada semua kalangan bukan hanya kalangan sosial menengah ke atas saja melaikan kalangan sosial menengah kebawah, sehingga mempengaruhi saya dalam mengonsumsi produk makanan tersebut) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh

responden. Pada kedua indikator tersebut dapat dilihat bahwa kedua jenis makanan seperti *korean food style* dan *american food* dapat diterima oleh masyarakat yang mengkonsumsinya. Salah satu faktornya juga yaitu makanan tersebut tidak hanya bisa dikonsumsi oleh kalangan atas saja tetapi secara umum seluruh lapisan masyarakat di Kota Medan dapat mengkonsumsinya.

5. *Convergent Validity* Pada Faktor Psikologis

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5 *Convergent Validity* Faktor Psikologis

Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPG1	0,796	0,40	Memenuhi
FPG2	0,825	0,40	Memenuhi
FPG3	0,829	0,40	Memenuhi

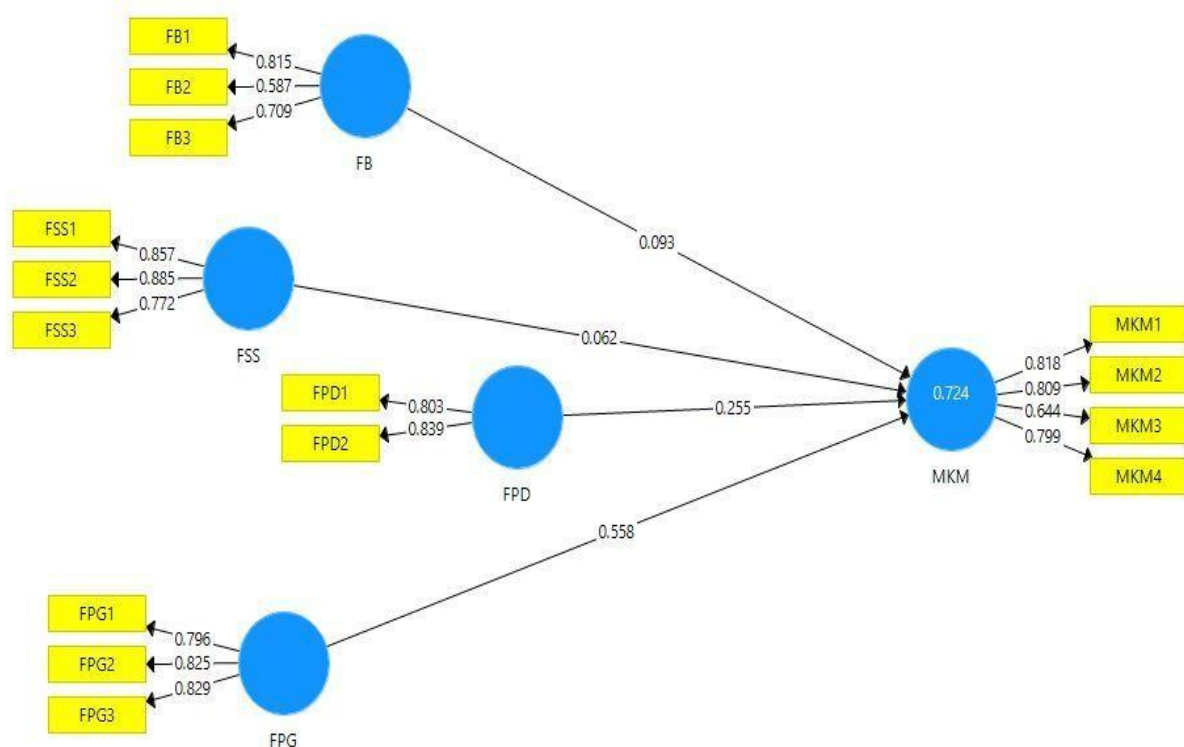
Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.5 diatas menunjukan bahwa di dalam variabel faktor sosial dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FPG1:** Banyak umkm dan supermarket yang sudah menjual produk *American Food Style* dan *Korean Food* baik secara cepat saji maupun restoran, hal tersebut meningkatkan minat saya dalam mengkonsumsi produk tersebut, **FPG2:** Saya telah terbiasa dalam mengkonsumsi *american food style* dan *korean food style* karena telah familiar sehingga dengan mudah mengambil keputusan untuk mengkonsumsi produk tersebut dan **FPG3:** Dengan adanya penikmat *American Food Style* dan *Korean food style* memberi pengaruh saya dalam melakukan pembelian produk tersebut) dengan nilai *loading*

faktor masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden.

Pada ketiga indikator tersebut dapat dilihat bahwa maraknya penikmat *Korean Food* saat ini, sudah banyak UMKM maupun supermarket yang menjual produk-produk makanan tersebut. Dengan banyaknya UMKM dan supermarket tersebut maka memudahkan masyarakat Kota medan yang menyukai *Korean Food* untuk membeli produk makanan tersebut.

Adapun hasil evaluasi model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk dari *Convergent Validity* melalui *loading factor* dapat juga dikemukakan pada gambar dibawah ini.



B. Discriminante Validity

Dalam analisis *discriminant validity* dimana model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk bersifat reflektif dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pada masing-masing variabel. Dalam pengujian *discriminant validity* menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). Adapun parameter *cross loading* dalam menilai nilai *average variance extracted* untuk mengetahui tingkat validitas dari masing-masing indikator konstruk pada setiap variabel direkomendasikan lebih besar dari 0,50 ($> 0,50$) (Ghozali dan Latan, 2012). Hasil analisis *discriminant validity* dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.6 Discriminante Validity Pada Average Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
Masyarakat di Kota Medan	0,594
Faktor Kebudayaan	0,503
Faktor Sosial	0,704
Faktor Pribadi	0,805
Faktor Psikologis	0,667

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan hasil running data Tabel 4.6 memperlihatkan nilai *average variance extracted* (AVE) pada masing-masing variabel masyarakat di Kota Medan, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis telah memenuhi kriteria dalam *discriminant validity*, hal ini dinilai dari *average variance extracted* (AVE) yang lebih besar dari pada 0,50 ($> 0,50$). Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $< 0,50$ digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Maka, jika nilai rata-rata $< 0,50$ dapat dinyatakan tidak valid secara konvergen.

C. *Composite Reliability*

Dalam melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk membuktikan seberapa akurat, konsistensi dan ketepatan instrument didalam mengukur suatu konstruk. Penggunaan *composite reliability* bertujuan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk (Ghozali dan Latan, 2012). Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* > 0,70 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil dari analisis data memperlihatkan sebagai berikut.

Tabel 4.7 *Composite Reliability*

Variabel	Nilai <i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Masyarakat di Kota Medan	0,853	Reliabel
Faktor Kebudayaan	0,749	Reliabel
Faktor Sosial	0,877	Reliabel
Faktor Pribadi	0,805	Reliabel
Faktor Psikologis	0,857	Reliabel

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan data tabel 4.7 diatas dapat dipahami bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *reliabilitas* yang berbeda-beda dengan nilai *cronbach 'alpha* pada variabel masyarakat di Kota Medan sebesar 0,853 untuk variabel faktor kebudayaan sebesar 0,749 untuk variabel faktor sosial sebesar 0,877 untuk variabel faktor pribadi sebesar 0,805 dan untuk variabel faktor psikologis sebesar 0,857. Nilai uji reliabilitas instrumen tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ketentuan koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) > 0,70 hasil perbandingan nilai *cronbach alpha* seluruh variabel penelitian dinyatakan lebih besar dari nilai reliabilitasnya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel penelitian ini semuanya memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain memiliki kehandalan (terpercaya) dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

D. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam Pengujian pada model strukturan (*inner model*) bertujuan untuk melihat hubungan antara variable. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang nantinya dapat diketahui tingkat variance terhadap perubahan variable independent terhadap variable dependent. Hasil analisis *R-Square* ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8 R-Squared

Variabel	R-Squared
Masyarakat di Kota Medan	0,724

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas yang memperlihatkan nilai *R-Square* pada variable Masyarakat di Kota Medan sebesar 0,724. Maka dapat dijelaskan bahwa varian pada variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mampu menjelaskan variabel Pelaku UMKM di Kota Medan sebesar 0,724 atau sebesar 72,4%.

E. F Squared

F squared digunakan untuk menilai dampak relative dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun nilai *f squared* dari data tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9 F Squared

Variabel	F Squared
Faktor kebudayaan → Konsumsi makanan Masyarakat di Kota Medan	0,015
Faktor sosial → Konsumsi Masyarakat di Kota Medan	0,008
Faktor pribadi → Konsumsi makanan Masyarakat di Kota Medan	0,128
Faktor psikologis → Konsumsi makanan Masyarakat di Kota Medan	0,485

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat dinyatakan bahwa pengujian *f squared* sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor kebudayaan terhadap konsumsi makanan masyarakat di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,015. Hal ini mengidentifikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (lemah) dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap konsumsi makanan masyarakat di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,008. Hal ini mengidentifikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (lemah) dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
3. Pengaruh faktor pribadi terhadap konsumsi makanan masyarakat di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,128. Hal ini mengidentifikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (medium) dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
4. Pengaruh faktor psikologis terhadap konsumsi makanan masyarakat di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,485. Hal ini mengidentifikasikan bahwa terdapat efek yang besar (kuat) dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

F. Pengujian Hipotesisi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SM-PLS dalam uji hipotesis, maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 4.10 Uji Hipotesis

<i>Original Sampel</i>		<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keputusan
FB- MKM	0,093	0,986	0,324	<i>H₀- diterima</i>
FSS- MKM	0,062	0,720	0,472	<i>H₀- diterima</i>
FPD- MKM	0,255	3,051	0,002	<i>H₀- ditolak</i>
FPG- MKM	0,558	4,683	0,000	<i>H₀- ditolak</i>

Sumber: SM-PLS dan diolah

Pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa ketentuan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai original sample sebagai nilai coefficient atau disebut juga nilai beta. Dalam menetapkan penerimaan atau penolakan pada H_0 dalam pengujian hipotesis, dapat dilihat dari nilai pada kolom *T Statistic* dan nilai pada kolom *P Values*. Adapun ketentuannya adalah jika nilai *t statistic* lebih besar dari nilai *t table* ($t_{statistic} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi 5 % (*t table* dilihat dari jumlah sampel, dimana sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden) atau menggunakan nilai *P Value* dengan ketentuan jika $< 0,05$ dimana kesimpulannya tolak H_0 , dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya. Hasil Analisis Data sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan (FB → MKM)

Berdasarkan tabel 4.10 memperlihatkan bahwa pengaruh faktor kebudayaan terhadap Konsumsi Masyarakat di Kota Medan diperoleh nilai *t statistic* sebesar 0,986 sementara nilai *t tabel* pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,9852 berdasarkan jumlah sampel sebesar 100 responden.

Maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} < t \text{ tabel}$ ($0,986 < 1,9852$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan P Value, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,324 > 0,05$. Ketentuannya diterima H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Kebudayaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan.

2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan (FSS → MKM)

Berdasarkan tabel 4.10 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai $t \text{ statistic}$ sebesar 0,720, sementara nilai $t \text{ tabel}$ pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,9852 berdasarkan jumlah sampel sebesar 100 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} < t \text{ tabel}$ ($0,720 < 1,9852$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan P Value, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,472 > 0,05$. Ketentuannya diterima H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Sosial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan.

3. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan (FPD → MKM)

Berdasarkan tabel 4.10 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai $t \text{ statistic}$ sebesar 3,051, sementara nilai $t \text{ tabel}$ pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,9852 berdasarkan jumlah sampel sebesar 100 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ ($3,051 > 1,9852$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan P Value, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,002 < 0,05$.

Ketentuannya ditolak H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Pribadi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan.

4. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan (FPG → MKM)

Berdasarkan tabel 4.10 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai t statistic sebesar 4,683, sementara nilai t tabel pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,9852 berdasarkan jumlah sampel sebesar 100 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa t statistic $>$ t tabel ($4,683 > 1,9852$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan P Value, dengan ketentuan $p < 0,05$, berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,000 < 0,05$. Ketentuannya ditolak H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Psikologis memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam perkembangan ekspor impor Amerika dan Korea ke Indonesia pada tahun 2017-2021 dapat ditarik kesimpulan bahwa disetiap tahunnya kegiatan ekspor dan impor kedua Negara tersebut mengalami dinamika yang tidak stabil, seperti pada tahun 2019 – 2020 mengalami penurunan nilai ekspor dan impor yang disebabkan adanya hubungan dari dampak pandemi COVID-19. Namun pada tahun 2021-2022 nilai ekspor dan impor kedua negara tersebut mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya nilai impor negara Korea Selatan ke Indonesia maupun Amerika Serikat ke Indonesia maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun, kemudian jika nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan maupun ekspor Indonesia ke Amerika Serikat meningkat, maka negara Indonesia akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia.

2. Ekspor bahan baku harus lebih ditingkatkan ke Korea Selatan maupun ke Amerika Serikat karena peluang untuk memasarkan produk dalam negeri ke Negara Korea Selatan dan Amerika Serikat adalah hal yang cukup baik. Karena Korea Selatan dan Amerika Serikat merupakan negara yang memiliki jaringan internet tercepat di dunia dan salah satu negara maju dengan perdagangan internasional yang besar. Orang-orang Korea Selatan dan Amerika Serikat cenderung untuk mencari informasi melalui internet, salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk lokal Indonesia maupun perusahaan secara global adalah memiliki *website*, dengan begitu produk-produk lokal Indonesia dapat dilihat oleh negara Korea Selatan maupun Amerika Serikat.
3. Faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku terhadap konsumsi makanan di Kota Medan dengan adanya *American lifestyle* dan *korean lifestyle* maupun dengan pengaruh dari media sosial atau *Tren* seperti fenomena dari *American style* maupun *Korean style* saat ini, hal ini dapat mempengaruhi nilai positif dan maka disimpulkan bahwa Faktor Psikologis memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Konsumsi Makanan Masyarakat di Kota Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pemerintah Indonesia agar mengurangi impor dikarenakan terjadinya barang-barang produksi dalam negeri terganggu, akibat masuknya barang impor yang dijual lebih murah dalam negeri yang menyebabkan industri dalam negeri

mengalami kerugian besar sebab barang dari negara lain bersaing dengan barang barang asli dari negara sendiri yang akan mengancam dan mengakibatkan kerugian yang serius terhadap industri dalam negeri. Pemerintah harus lebih meningkatkan pertumbuhan ekspor agar dapat lebih mendorong pertumbuhan ekonomi negara agar dapat pemerataan pendapatan masyarakat dan stabilitas ekonomi, pemerintah harus meyakinkan dunia bahwa ekspor Indonesia dapat lebih baik dan meningkat, agar bisa menambahkan dan meningkatkan devisa negara melalui bea masuk dan biaya lain atas ekspor barang, dan dengan meningkatkan ekspor negara dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat negara Indonesia dan meningkatkan kerjasama hingga pertumbuhan ekonomi dari perdagangan internasional.

2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor – faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku yang belum ada dalam penelitian ini dan diharapkan juga peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel dan jumlah indikator yang dianggap penting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmada Lailil, & Sadewo FX Sri. (2014). Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea Di Korea Lovers Surabaya Community (Kloss Community). *Paradigma*,2(3),1–7.
- Adipradja, B, A.,& Listian, A. (n.d). Analisa Faktor - Faktor Yang Mendorong Konsumen Dalam Memilih Restoran Mc'Donalds Di Surabaya.
- Aulia, W. (2023). Pengaruh Budaya Korean Wave Terhadap Peluang Bisnis Pada Penggemar NCT (NCTZEN) di Jakarta. Skripsi Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jenis Barang Ekspor Indonesia Ke Korea Selatan Tahun 2017-2021. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Nilai Ekspor Berdasarkan Negara Tujuan Tahun 2017-2021. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Nilai Impor Berdasarkan Negara Asal Tahun 2017- 2021. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- B., Hardiansyah, R., & Armansyah. (2023). Ekonomi Makro. CV. Azka Pustaka. Pasaman Barat.
- Dalimunthe, S, F. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-POP Berdasarkan Teori Kosumsi AL-Ghazali (Studi Pada Komunitas Kpopers Bengkulu). PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU. BENGKULU.
- Febrianti, D. (2021). Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Kota Palembang. Skripsi Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik UIN Raden Fatah Palembang
- Irwan. (2017). Etika Dan Perilaku Kesehatan. CV. Absolute Media. Yogyakarta.
- Islamiah, N. (2015). Dampak Negatif Budaya Asing pada Gaya Hidup Remaja kota Makassar. *E-Jurnal Dakwah Komunikasi UIN Alaudin Makasar*, 1–97.
- Kusumastuti, F., & Ds, V. S. (2020). Perilaku Konsumsi Budaya dan Konsumsi Media Kpop di Kalangan Remaja Perempuan Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*), 3(1), 1–14.
- Mankiw, N, G., E., & Wilson, P. (2013). Pengantar Ekonomi Makro. Salemba Empat. Jakarta Selatan. Mankiw,N Georgy., Euston Quah., & P. W. (2003). *Pengantar Ekonomi Jilid I dan II*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw,N Georgy., Euston Quah., & P. W. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro*.

- Nainggolan, L. E., Koesriwulandari., Purba, B., Damanik, D., Hassan, M., Nainggolan, P., Kuswandi, S., Herawati, M., Muhammadin, A, & Surya, C, M. & Armansyah. (2021). *Ekonomi Manajerial : Teori dan Pendekatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Tasnim., Mustar., Ramdany, R., Manurung, E, I, Sianturi, E., Tompunu, M, R, G., Sitanggang, Y, F., & Maisyarah, M. (2021). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Peter, H, Z., & Lubis, N, L. (2013). *Pengantar Psikologi Untuk Kebidanan*. Kencana. Jakarta.
- Pujoharso, C. (2013). Aplikasi teori konsumsi keynes terhadap pola konsumsi makanan masyarakat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/558>
- Putri, K. A. (2019). Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave. *Skripsi Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya*, 112.
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen ... *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 87–104.
- Sa'diah, M. (2020). Perilaku konsumen terhadap pembelian produk fashion pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dan mahasiswa Universitas Palangka Raya (UPR) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. 1–108. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2989/>
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 10(18), 1–20.
- Tahir, I, B., Hardiansyah, R., & Armansyah. (2023). *Ekonomi Makro*. CV. Azka Pustaka. Pasaman Barat.
- Tumimomor, A, D, M., Kundhani,E, Y., Mardah, S., Hassan, M., Rajagukguk, T., Suratini., Hina, H, B., Oppier, H., Misno., Basmar, E., Sangur, K., Silalahi, S, P, R, Dona, E., Ferdinandus, S., Sofyan, V, R, W., Rewa, K, A., Melianna, S., Kasim, F, S., Hasnin, H, R., & Tamba, I, F, U. (2022). *Pengantar Ekonomi Makro (Teori Dan Kebijakan)*. Media Sains Indonesia. Bandung.

KUSIONER PENELITIAN

Faktor apa saja yang mempengaruhi Perubahan perilaku Dari *American style* Menjadi
Korean Style Terhadap Konsumsi Makanan Di Kota Medan

- Penggunaan Skala Likert Numerik:

Tidak Setuju

Sangat Setuju

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia ☐ 15-20 tahun ☐ 31-40
 ☐ 21-30 tahun ☐ 41 tahun ke atas

Jenis Kelamin ☐ laki-laki ☐ perempuan

1. Penyajian Dalam Kuliner Food Style

American Style		Korean Style	
Processing Food	Rank	Processing Food	Rank
Fried (goreng)		Twigim (goreng)	
Grill (Panggang)		Grill (Panggang)	
Toast (Roti Panggang)		Jjigae (sup)	
Burger		Gimbab (nasi gulung rumput laut)	
Hotdog		-tang (semur)	
Boiled (Rebus)		Bokkeum (tumis)	
Stil try (tumis)		Cakes	
Cakes		Cookies	

Cookies		Kimchi (Fermentasi)	
---------	--	------------------------	--

Ket : keterangan ranking 1-10

2. Cara Dapat Informasi Pertama Tentang Kuliner *American Food* dan *Korean Food*

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| a. Promosi / Iklan | d. Media Sosial |
| b. Friendship | e. Teman atau Keluarga |
| c. Media Elektronik (TV) | f. Film/Drama |

3. Jenis Kuliner Food Style

American Style		Korean Style	
Food	Rank	Food	Rank
Fried Chicken		Gimbab	
Burger		Tteokbokki	
Hotdog		Ramyeon	
Dunkin Donut		Dak-Galbi	
Pasta		Japchae	
Steak		Bulgogi	
Pizza		Kimchi	
French Fries		Corndog	
Coffee (Starbucks)		Banana Milk	

Ket : Keterangan Ranking 1-9

B. PERNYATAAN

I. Faktor Kebudayaan

1. Canggihnya teknologi memudahkan saya yang awalnya mengetahui produk *American Food Style* dan sekarang lebih mengetahui produk *Korean Food Style*, hal tersebut yang mempengaruhi dalam mengkonsumsi makanan *Korean Food*.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

2. Sebelum memutuskan untuk membeli produk makanan *American Food Style* dan *Korean Food Style*, mencari tahu dahulu bagaimana review makanan tersebut dari sosial media.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

3. percaya bahwa produk makanan dari *korean food*, lebih menarik dan enak dari pada *American Food Style*, hal ini sesuai dengan kondisi budaya saya saat ini sehingga berpengaruh pada keputusan untuk mengkonsumsi produk tersebut.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

4. lebih memilih makanan *Korean Food Style* daripada makanan *American Food Style* di karenakan cita rasa makanan sesuai dengan selera saya.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

5. Beberapa Produk lokal telah meniru atau mengikuti ciri khas makanan *Amerika Food style* dan *Korean Food style*, hal tersebut memudahkan dalam mengkonsumsi makanan lokal yang memiliki cita rasa *Korean Food*.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

II. Faktor Sosial

1. Adanya Pengaruh orang – orang di sekitar saya mempengaruhi saya dalam melakukan konsumsi produk *korean food style* dikarenakan saat ini lebih *trend* dari pada *american food style*, sehingga sangat mudah memutuskan mengkonsumsi produk tersebut.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

2. Dari pendapatan/ulasan dari teman saya tentang cita rasa produk *american food style* menjadi *korean food style* mempengaruhi saya dalam mengkonsumsi produk.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

3. Teman saya lebih suka mengkonsumsi makanan *Korean food style* dari pada *American Food style* sebab makanan *Korean Food style* lebih dominan pedas, hal tersebut mempengaruhi saya dalam membeli makanan *Korean Food style*.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

III. Faktor Pribadi

1. Produk makanan *korean food style* dan produk *american food* mempengaruhi gaya hidup saya dalam pembelian dan mengkonsumsi makanan tersebut.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

2. Produk makanan *korean food style* dan produk *american food* , dapat diminati pada semua kalangan bukan hanya kalangan sosial menengah ke atas saja melainkan kalangan sosial menengah kebawah, sehingga mempengaruhi saya dalam mengonsumsi produk makanan tersebut.

Tidak Setuju

Setuju

☐ 1
 ☐ 2
 ☐ 3
 ☐ 4
 ☐ 5
 ☐ 6
 ☐ 7

3. Memutuskan untuk melakukan pembelian produk *american food style* dari pada *korean food style* karena rasa maupun harga produk lebih terjangkau, hal tersebut yang mempengaruhi dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Tidak Setuju Setuju

1 2 3 4 5 6 7

IV. Faktor Psikologi

1. Banyak umkm dan supermarket yang sudah menjual produk *American Food Style* dan *Korean Food* baik secara cepat saji maupun restoran, hal tersebut meningkatkan minat dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Tidak Setuju Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

2. Lebih suka mengkonsumsi *Korean food style* di bandingkan *American Food Style* karena perkembangannya yang sangat pesat sebab banyak anak muda sebagai *fans selebrity* asal Korea Selatan, hal tersebut mempegaruhi dalam mengkonsumsi produk produk makanan tersebut.

Tidak Setuju Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

3. Telah terbiasa dalam mengkonsumsi *american food style* dan *korean food style* karena telah familiar sehingga dengan mudah mengambil keputusan untuk mengkonsumsi produk tersebut

Tidak Setuju Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

4. Dengan adanya penikmat *American Food Style* dan *Korean food style* memberi pengaruhnya dalam melakukan pembelian produk tersebut.

Tidak Setuju Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

A. Jawaban Kuisioner Variabel Masyarakat Kota Medan

NO	MKM1	MKM2	MKM3	MKM4
1.	4	5	6	7
2.	5	4	6	6
3.	7	7	7	7
4.	3	3	4	4
5.	2	4	5	3
6.	7	7	6	6
7.	5	7	3	5
8.	7	7	4	7
9.	2	7	5	6
10.	1	4	1	6
11.	7	7	6	6
12.	6	6	6	6
13.	3	7	5	6
14.	4	5	3	2
15.	7	7	7	7
16.	7	7	7	7
17.	4	4	6	4
18.	4	4	2	3
19.	5	2	7	3
20.	1	1	3	4

21.	6	5	5	6
22.	6	7	6	7
23.	7	7	6	6
24.	6	7	5	7
25.	4	3	7	2
26.	7	5	1	7
27.	1	1	6	4
28.	1	1	1	1
29.	4	4	5	3
30.	6	7	4	7
31.	3	2	6	4
32.	4	5	4	4
33.	1	1	1	7
34.	7	7	7	7
35.	5	7	7	7
36.	4	4	4	4
37.	6	6	6	7
38.	3	3	4	3
39.	7	7	1	7
40.	5	5	4	5
41.	3	4	5	4
42.	6	5	2	3
43.	1	2	6	3

44.	3	3	4	4
45.	7	7	7	7
46.	5	5	6	6
47.	1	3	4	4
48.	6	7	7	7
49.	4	5	4	4
50.	7	2	6	5
51.	6	7	7	6
52.	6	6	6	6
53.	7	7	6	6
54.	7	5	4	6
55.	6	7	6	7
56.	7	5	6	6
57.	2	7	6	7
58.	7	7	7	7
59.	7	7	7	7
60.	5	6	6	3
61.	7	7	6	5
62.	7	4	5	6
63.	5	7	6	7
64.	6	5	7	6
65.	5	7	7	7
66.	6	5	6	7

67.	7	5	7	7
68.	3	4	3	4
69.	1	1	7	2
70.	3	1	6	3
71.	7	5	7	6
72.	7	6	7	6
73.	3	3	7	7
74.	4	4	7	7
75.	6	5	6	7
76.	7	7	7	6
77.	7	6	6	7
78.	6	7	7	7
79.	6	7	7	6
80.	7	7	7	7
81.	7	6	6	5
82.	4	6	6	6
83.	7	7	7	6
84.	5	6	7	5
85.	6	5	7	6
86.	7	6	7	6
87.	7	6	7	5
88.	3	3	7	7
89.	5	7	7	6

90.	6	7	7	7
91.	6	7	7	7
92.	7	7	6	6
93.	6	5	1	6
94.	5	5	4	5
95.	5	5	2	7
96.	7	7	4	6
97.	4	5	5	5
98.	5	5	5	4
99.	4	6	6	6
100.	7	2	7	7

B. Jawaban Kuisioner Variabel Faktor Kebudayaan

NO	FB1	FB2	FB3
1.	7	4	7
2.	6	6	6
3.	7	7	7
4.	5	2	6
5.	7	6	6
6.	7	7	6
7.	6	6	4
8.	6	7	7
9.	6	7	5

10.	3	5	7
11.	7	7	6
12.	5	5	6
13.	7	5	4
14.	6	3	5
15.	6	7	4
16.	7	7	7
17.	6	6	4
18.	4	7	7
19.	3	7	4
20.	1	1	2
21.	6	5	6
22.	7	6	4
23.	7	4	7
24.	7	5	1
25.	5	5	5
26.	7	4	7
27.	6	7	5
28.	2	7	1
29.	7	4	5
30.	7	7	7
31.	6	4	5
32.	7	7	4

33.	1	7	7
34.	7	7	7
35.	6	5	7
36.	4	4	4
37.	7	6	6
38.	6	7	5
39.	1	7	3
40.	6	6	6
41.	3	7	5
42.	7	7	7
43.	5	6	5
44.	7	7	5
45.	7	7	7
46.	7	7	6
47.	5	3	3
48.	7	7	4
49.	5	6	6
50.	6	7	7
51.	7	7	7
52.	6	6	6
53.	7	7	7
54.	7	4	4
55.	7	7	7

56.	5	6	6
57.	7	7	6
58.	7	7	7
59.	7	7	6
60.	4	5	3
61.	5	7	5
62.	6	5	7
63.	5	7	7
64.	7	5	5
65.	6	6	5
66.	6	7	7
67.	7	7	5
68.	6	4	5
69.	5	7	7
70.	5	7	3
71.	7	7	6
72.	7	6	6
73.	7	7	7
74.	7	7	7
75.	6	7	7
76.	7	7	7
77.	6	6	7
78.	7	7	7

79.	6	7	6
80.	7	7	7
81.	6	7	5
82.	6	6	7
83.	7	6	5
84.	7	6	5
85.	6	7	6
86.	6	6	4
87.	6	7	5
88.	6	5	6
89.	6	7	6
90.	6	7	7
91.	6	7	6
92.	7	6	5
93.	6	5	6
94.	7	7	4
95.	7	7	6
96.	5	6	6
97.	7	7	5
98.	5	7	5
99.	6	6	5
100.	6	6	7

C. Jawaban Kuisioner Variabel Faktor Sosial

NO	FSS1	FSS2	FSS3
1.	7	7	6
2.	7	7	6
3.	7	7	7
4.	5	3	2
5.	4	4	6
6.	5	6	7
7.	4	6	7
8.	2	5	6
9.	6	3	5
10.	5	1	5
11.	5	6	7
12.	2	1	6
13.	5	4	4
14.	4	5	5
15.	6	7	2
16.	3	3	3
17.	5	4	5
18.	7	7	4
19.	1	1	1
20.	1	2	1
21.	5	6	6
22.	6	3	2
23.	7	7	7
24.	7	7	7
25.	6	6	5

26.	2	4	2
27.	6	7	7
28.	1	1	7
29.	3	4	1
30.	5	6	7
31.	6	6	5
32.	7	1	5
33.	6	5	1
34.	7	7	7
35.	5	2	5
36.	4	4	4
37.	6	6	7
38.	3	3	2
39.	4	3	1
40.	6	6	6
41.	1	3	3
42.	6	5	7
43.	3	4	3
44.	4	4	4
45.	7	7	7
46.	6	7	7
47.	3	5	3
48.	6	7	6
49.	4	4	4
50.	6	7	7
51.	7	7	6
52.	6	6	6
53.	7	7	7
54.	5	6	7
55.	7	6	7

56.	5	5	6
57.	6	5	6
58.	6	6	6
59.	6	7	7
60.	6	4	2
61.	5	6	7
62.	6	7	7
63.	6	4	4
64.	7	7	4
65.	7	7	5
66.	7	6	6
67.	6	4	6
68.	6	6	4
69.	7	7	7
70.	2	3	2
71.	6	6	6
72.	7	7	6
73.	7	7	2
74.	7	7	7
75.	7	7	7
76.	7	7	7
77.	6	7	6
78.	6	6	7
79.	7	6	7
80.	7	7	7
81.	6	5	7
82.	5	6	7
83.	5	6	5
84.	7	7	6
85.	6	5	4

86.	7	6	6
87.	6	7	7
88.	7	5	6
89.	7	7	7
90.	6	6	5
91.	4	7	6
92.	6	6	6
93.	7	6	6
94.	7	7	2
95.	7	7	7
96.	4	6	6
97.	4	5	4
98.	5	5	7
99.	5	7	6
100.	7	7	7

D. Jawaban Kuisioner Variabel Faktor Pribadi

NO	FPD1	FPD2
1.	5	6
2.	6	6
3.	7	7
4.	3	3
5.	5	7
6.	7	7
7.	6	5

8.	6	6
9.	6	4
10.	4	2
11.	5	6
12.	4	4
13.	5	4
14.	4	2
15.	7	5
16.	3	7
17.	4	2
18.	1	2
19.	5	7
20.	2	2
21.	7	7
22.	7	7
23.	7	7
24.	4	6
25.	4	6
26.	6	1
27.	3	2
28.	7	1
29.	1	4
30.	6	6

31.	5	4
32.	1	4
33.	6	3
34.	7	7
35.	7	7
36.	4	4
37.	6	6
38.	5	7
39.	5	6
40.	5	5
41.	3	5
42.	4	2
43.	6	5
44.	5	4
45.	7	6
46.	5	4
47.	3	5
48.	5	7
49.	4	5
50.	6	7
51.	5	7
52.	6	6
53.	7	7

54.	4	7
55.	6	6
56.	5	6
57.	7	7
58.	7	7
59.	7	7
60.	6	7
61.	5	7
62.	6	5
63.	7	5
64.	7	6
65.	6	5
66.	7	5
67.	7	5
68.	3	6
69.	7	7
70.	1	7
71.	6	7
72.	7	7
73.	3	7
74.	7	7
75.	5	7
76.	7	6

77.	7	7
78.	7	7
79.	7	6
80.	7	7
81.	6	7
82.	7	7
83.	7	6
84.	6	5
85.	5	6
86.	7	6
87.	6	6
88.	6	7
89.	6	7
90.	6	7
91.	6	7
92.	6	6
93.	1	5
94.	2	7
95.	1	7
96.	6	5
97.	6	6
98.	5	6
99.	5	6

100.	7	7
------	---	---

E. Jawaban Kuisioner Variabel Faktor Psikologi

NO	FPG1	FPG2	FPG3
1.	6	7	5
2.	7	7	6
3.	7	7	7
4.	1	5	7
5.	5	6	4
6.	6	3	6
7.	6	7	3
8.	7	6	7
9.	6	7	7
10.	3	7	6
11.	6	7	7
12.	5	6	5
13.	7	5	5
14.	4	2	4
15.	7	6	6
16.	7	7	7
17.	4	4	3
18.	4	2	3

19.	6	1	7
20.	2	1	2
21.	7	7	7
22.	5	6	7
23.	5	5	6
24.	7	7	7
25.	7	6	5
26.	7	5	3
27.	5	2	6
28.	1	1	1
29.	5	7	4
30.	5	6	7
31.	5	4	6
32.	7	4	4
33.	6	2	1
34.	7	7	7
35.	7	7	7
36.	4	4	4
37.	6	6	6
38.	5	5	5
39.	6	2	6
40.	6	6	6
41.	4	5	3

42.	5	4	4
43.	7	6	6
44.	4	3	3
45.	7	7	7
46.	7	6	7
47.	4	6	7
48.	6	7	7
49.	5	4	4
50.	6	7	5
51.	7	6	7
52.	6	6	6
53.	7	7	6
54.	6	7	4
55.	7	7	7
56.	6	6	6
57.	7	7	6
58.	7	7	7
59.	7	7	7
60.	5	4	5
61.	7	7	6
62.	7	7	7
63.	7	7	7
64.	5	7	5

65.	6	5	7
66.	7	6	6
67.	6	6	7
68.	5	5	5
69.	6	2	1
70.	3	5	7
71.	7	6	7
72.	7	6	7
73.	7	7	7
74.	7	7	7
75.	5	6	7
76.	6	6	7
77.	7	7	6
78.	6	7	7
79.	7	7	7
80.	7	7	7
81.	5	6	7
82.	6	7	6
83.	7	7	7
84.	5	6	6
85.	6	7	6
86.	7	6	6
87.	7	6	7

88.	7	6	7
89.	7	7	6
90.	7	7	7
91.	6	7	7
92.	7	7	6
93.	5	5	5
94.	7	4	7
95.	7	1	7
96.	6	4	6
97.	5	5	5
98.	6	5	5
99.	7	6	7
100.	7	7	7

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

SEP
Randy

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 2753/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/26/12/2022

Medan, 26/12/2022

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Manajemen keuangan dan perbankan

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah

- 1.) Pada judul analisis potensi ekonomi dalam sektor pertanian terhadap pertumbuhan ekonomi di Desa Pakam yang bertujuan untuk mengkaji analisis potensi pertumbuhan ekonomi dalam sektor pertanian yang memfokuskan pada produksi padi di Desa Pakam, Kabupaten Batubara. Narasumber dalam penelitian ini yaitu masyarakat petani padi di desa Pakam Kabupaten Batubara, Kecamatan Medang deras.
- 2.) Pada judul analisis pengelolaan dana desa terhadap pencapaian pembangunan ekonomi di desa apa kam yang bertujuan untuk mengetahui pengelolaan dana desa dalam upaya meningkatkan pembangunan desa seberapa pencapaian pembangunan ekonomi dan bagaimana tiap tahun ke tahun pengelolaan dana desa tersebut.
- 3.) Pada judul peranan sektor ikan tangkap terhadap perekonomian di desa Pakam kecamatan Medang deras Kabupaten Batubara bertujuan untuk menganalisis struktur hasil ikan tangkap nelayan dan pendapatan pada nelayan

Rencana Judul

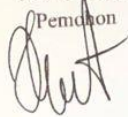
1. Analisis Potensi Ekonomi Dalam Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Desa Pakam
2. Analisis Pengelolaan Dana Desa Terhadap Pencapaian Pembangunan Ekonomi Di Desa Pakam
3. Peranan Sektor Ikan Tangkap Terhadap Perekonomian Di Desa Pakam

Objek/Lokasi Penelitian : Desa Pakam Kab. Batu Bara

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

(Permohon)



(Reynaldi Putra Adila)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 2753/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/26/12/2022

Nama Mahasiswa : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Manajemen keuangan dan perbankan
Tanggal Pengajuan Judul : 26/12/2022
Nama Dosen Pembimbing*) : DR. DR. PRAWIDYA HARIANI RS, SE., M.Si

Judul Disetujui**)

Analisis Perubahan Perilaku dari Amerika
Style menjadi Korean Style terhadap Konsumsi
Pada Remaja Di Kota MEDAN

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

(Dr. Prawidya Hariani RS., SE., M.Si.)

Medan,

Dosen Pembimbing

(Dr. Prawidya Hariani, RS, SE., M.Si)

Keterangan:

*) Ditetapkan oleh Pimpinan Program Studi

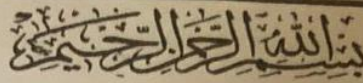
**) Ditandatangani oleh Dosen Pembimbing

Setelah disetujui oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembar ke-2 ini pada form online "Upload Pengajuan Judul Skripsi"



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari **Kamis, 11 Mei 2023** menerangkan bahwa:

Nama Lengkap : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Tempat/Tgl. Lahir : Binjai, 26 Mei 2000
Alamat Rumah : Jl. Binjai KM 8,5 Gg. Keluarga No.7 Kel. Lalang
Judul Proposal : Analisis Perubahan Perilaku dari American Style menjadi Korean Style terhadap Konsumsi Makanan di Kota Medan

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing:
Dr. Prawidya Hariani RS, SE, M.Si.

Medan, Kamis, 11 Mei 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Sekretaris

Dra. Hj. ROSWITA HAFNI, M.Si

Pembimbing

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Pemanding

Dra. Hj. LAILAN SAFINA HASIBUAN M.Si



Diketahui / Disetujui
Wakil Dekan I,
Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pada hari ini, Kamis tanggal 11 Mei 2023 Telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa:

Nama Lengkap : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Tempat/Tgl. Lahir : Binjai, 26 Mei 2000
Alamat Rumah : Jl. Binjai KM 8,5 Gg. Keluarga No.7 Kel. Lalang
Judul Proposal : Analisis Perubahan Perilaku dari American Style menjadi Korean Style terhadap Konsumsi Makanan di Kota Medan

item	Komentar
Judul	Judul diubah dihapus Remaja
Bab I	Perbaiki identitas dan rumusan masalah
Bab II	Memasukkan teori perilaku konsumen Mikro Ekonomi
Bab III	Jelaskan sumber dari definisi operasional
Lainnya	-
Kesimpulan	☒ Lulus ☐ Tidak Lulus

Medan, Rabu, 14 Juni 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Pembimbing

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Sekretaris

Dra. Hj. ROSWITA HAFNI, M.Si

Pembanding

Dra. Hj. LAILAN SAFINA HASIBUAN M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Analisis Perubahan Perilaku dari Amerika Style menjadi Korean Style terhadap Konsumsi pada Remaja di Kota Medan

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
8/3/2023	ACC Judul Proposal perbaiki Latar belakang penambahan Amerika style perbaiki tulisan Bahasa Inggris		
13/3/2023	penambahan data BPS ekspor-impor penambahan dan perbaikan latar belakang		
29/3/2023	penambahan teori permintaan teori prilaku, teori perubahan prilaku teori konsumsi perbaikan Rumusan masalah jadi faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan prilaku		
12/4/2023	perbaikan Kerangka konseptual perbaikan tabel Definisi operasional penambahan teori ekspor dan impor		
13/4/2023	Siap Seminar Proposal		

Medan, April 2023

Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Pembimbing

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.S

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/08/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
 PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 1956 / TGS / IL3-AU / UMSU-05 / F / 2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan
 Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :
 Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
 Pada Tanggal : **8/3/2023**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :
 Nama : **Reynaldi Putra Adila**
 N P M : **1905180060**
 Semester : **VIII (Delapan)**
 Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
 Judul Proposal / Skripsi : **Analisis Perubahan Prilaku Dari American Style Menjadi Korean
 Style Terhadap Konsumsi Makanan Di Kota Medan**

Dosen Pembimbing : **Dr. Prawidya Hariani RS, SE., M.Si.**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 03 Agustus 2024**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
 Pada Tanggal : **16 Muharram 1445H**
03 Agustus 2023 M



Dekan

H. JANURI, SE., MM., M.Si.
NIDN : 0109086502

Tembusan :
 1. Pertiinggal.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Data Pribadi**

Nama : Reynaldi Putra Adila
NPM : 1905180060
Tempat dan tanggal lahir : Binjai, 26 Mei 2000
Jenis Kelamin : Laki - laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Binjai KM 8,5 Gg. Pendidikan No.7 Kel. Lalang
Kec. Medan Sunggal
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara

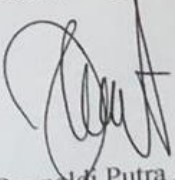
Nama Orang Tua

Nama Ayah : Keriadi
Nama Ibu : Linda Niswati Sinaga
Alamat : Jl. Binjai KM 8,5 Gg. Pendidikan No.7 Kel. Lalang
Kec. Medan Sunggal

Pendidikan Formal

- | | |
|------------------------------------|------------|
| 1. SD Swasta Teladan Sumatra utara | Tamat 2012 |
| 2. SMP Madrasah Tsanawiyah Medan | Tamat 2015 |
| 3. SMA Panca Budi Medan | Tamat 2018 |

Medan, Agustus 2023


Reynaldi Putra Adila