

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *HALAL AWARENESS*, *LITERASI HALAL* TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN KOREA BULGOGI
(STUDI KASUS GEN Z DI YOGYAKARTA)**

***THE EFFECTS OF KOREAN WAVE, HALAL AWARENESS, HALAL LITERACY ON THE PURCHASE INTENTION TOWARDS BULGOGI KOREAN FOOD PRODUCTS
(CASE STUDY GEN Z IN YOGYAKARTA)***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



ACC Pasca Munaqasa

Siti Latifah Mubasiroh

Oleh:

Adam Yazli Putra

19423006

ACC Munaqasyah

Fitri Eka A.
06/08/2023

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adam Yazly Putra
NIM : 19423006
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave*, *Halal Awareness*, Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi (Studi Kasus Gen Z Di Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 28 Juli 2023



Adam Yazly Putra

NOTA DINAS

Yogyakarta, 28 Juli 2023 M

10 Muharram 1445 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor: 514/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2023 tanggal surat: 24 Maret 2023 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Adam Yazly Putra
NIM : 19423006
Jurusan/Program Studi : Studi Islam/Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave*, *Halal Awareness*, Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi (Studi Kasus Gen Z Di Yogyakarta)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing

Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing skripsi, menerangkan bahwa:

Nama : Adam Yazly Putra

NIM : 19423006

Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave*, *Halal Awareness*, Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi (Studi Kasus Gen Z Di Yogyakarta)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Juli 2023

Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiiai@uii.ac.id
W. fiiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 21 Agustus 2023
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Korean wave, Halal awareness, Literasi halal terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi (Studi kasus Gen z di Yogyakarta)
Disusun oleh : ADAM YAZLI PUTRA
Nomor Mahasiswa : 19423006

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd. (.....)
Penguji I : Rheyza Virgiawan, Lc., ME (.....)
Penguji II : Junaidi Safitri, SEI, MEI (.....)
Pembimbing : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA (.....)



Yogyakarta, 21 Agustus 2023

Dekan

Dr. Dra. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur tak terhingga yang senantiasa selalu saya ucapkan kepada Allah SWT dan serta salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada anggota keluarga saya yang terhormat, Almarhum papa saya Muhammad Yazid dan mama saya Heliwanti yang selalu memberikan nasehat serta doa dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini. Untuk kakakku Maya Layla Putri dan Syarah Deliya Putri yang selalu memberikan dukungan agar saya selalu berjuang untuk menyelesaikan skripsi.

Serta saya ucapkan terima kasih banyak kepada para dosen prodi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang bermanfaat selama di bangku perkuliahan, terutama kepada ibu Fitri Eka Aliyanti, SHI., M.A selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu memberikan arahan dalam mengerjakan skripsi.

Dan kepada seluruh teman – teman saya di prodi Ekonomi Islam, teman kostan, kakak angkat saya, teman seperjuangan selama kuliah, teman nongkrong, dan teman yang selalu memberikan dukungan dari jarak yang jauh. Terima kasih sudah kebersamai serta selalu mendukung saya selama kuliah hingga menyelesaikan skripsi.

Semoga orang tua, keluarga, dosen, saudara, sahabat, teman selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

MOTTO

“ Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan jangan kamu mengikuti langkah – langkah setan”.

(Q.S Al – Baqarah : 168)

“Makan adalah kebutuhan, tetapi makan dengan cerdas adalah seni”

(Francois de la Rochefoucauld)

ABSTRAK

PENGARUH KOREAN WAVE, HALAL AWARENESS, LITERASI HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN KOREA BULGOGI (STUDI KASUS GEN Z DI YOGYAKARTA)

ADAM YAZLY PUTRA
19423006

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel *Korean wave*, *halal awareness*, dan literasi halal terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Populasi di dalam penelitian ini adalah gen z yang berada di D.i Yogyakarta sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan sebaran kuesioner yang disebarakan kepada seluruh populasi menggunakan *google form*. Metode analisis yang digunakan pada data menggunakan analisis linier berganda menggunakan aplikasi *software IBM SPSS Statistics 26*. Hasil dari penelitian ini menjabarkan bahwa variabel X1 secara *parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu sebesar $2.556 > 1,98$, sedangkan untuk variabel X2 secara *parsial* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Y yaitu sebesar $1.216 < 1,98$, dan untuk variabel X3 secara *parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu sebesar $3.398 > 1,98$, dari ketiga variabel bebas didalam penelitian ini memiliki kontribusi didalam pengaruh sebesar 41%.

Kata kunci: *Korean wave*, *halal awareness*, literasi halal, minat beli

ABSTRACT

THE EFFECTS OF KOREAN WAVE, HALAL AWARENESS, HALAL LITERACY ON THE PURCHASE INTENTION TOWARDS BULGOGI KOREAN FOOD PRODUCTS (CASE STUDY GEN Z IN YOGYAKARTA)

ADAM YAZLY PUTRA
19423006

This study aims to determine whether there are any effects of Korean wave, halal awareness, and halal literacy variables on the purchase intention towards Korean Bulgogi food products. The population in this research was 100 respondents as the gen z in Special Region of Yogyakarta using purposive sampling method. The data were collected using questionnaires distributed to the entire population using the Google form. The analytical method used for the data used multiple linear analysis using the IBM SPSS Statistics 26 software application. The results of this study showed that the Korean wave variable partially had a positive and significant effect on the purchase intention towards Korean Bulgogi food products, while the halal awareness variable had a partial negative and insignificant effect on the purchase intention towards Korean Bulgogi food products. The variable halal literacy partially had a positive and significant effect on the purchase intention towards Korean Bulgogi food products.

Keywords: Korean wave, halal awareness, halal literacy, purchase intention

August 03, 2023

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di- pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selan-jutnnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.

2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fonem satu lambang".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	koma terbalik
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	h	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Faṭḥah	a	A
ِ	Kasrah	i	I
ُ	Ḍammah	u	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tabel 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ِ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...ِ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَاعِل fa`ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamari

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik dikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu

- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al`ālamīn/Alhamdulillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī'an/Lillāhil-amru jamī'an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian dengan judul “Pengaruh Korean Wave, Halal Awareness, Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi (Studi Kasus Pada Gen Z Di Yogyakarta)”. Salawat serta salam tidak lupa kita panjatkan kepada nabi Muhammad SAW. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya peneliti mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu peneliti ingin memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs Asmuni, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugrogo, S.E., M.M selaku ketua jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama di bangku perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta papaku (Almarhum) Muhammad Yazid dan mamaku Heliwanti yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, semangat dan dukungan didalam kondisi apapun.
8. kakakku tersayang Maya Layla Putri dan Syarah Deliya Putri yang selalu memotivasi, menyemangati, mendukung dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan tepat waktu.
9. Terimakasih teruntuk Syaifullah Achmad, Revydo Farhan Permana, Bahrudin Muslim Effendy dan Yusdanu Anugerah, yang selalu menemani, mewarnai masa kuliah,
10. Terimakasih teruntuk Sigit Ugra Nugraha, yang selalu menemani dan membantu dikala susah di awal menjadi mahasiswa baru hingga sekarang,

11. Terima kasih teruntuk Faris Hakim Nuryansyah, Bagus Syariffudin, Alif Haidary Imran dan Refi Firdaus, yang selalu menasihati dan mendorong untuk cepat dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
12. Terima kasih teruntuk Irman Tinjo, Muhammad Taufik dan Syafwatul Fikri Irvansyah, yang selalu hadir dan ada meskipun berbeda kota.
13. Selurus teman seperjuangan di prodi Ekonomi Islam Angkatan 2019 yang selalu berbagi informasi dan memberikan dukungan serta semangat selama perkuliahan.
14. Para responden, terima kasih telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini, semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan dalam hidup kalian.

Penulisan pada skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi maupun penulisan yang disampaikan. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan kritik dan saran dari para pembaca demi dapat menyempurnakan penelitian skripsi ini. Penulis berharap penelitian yang di tulis ini kelak dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kehalalan suatu produk pada makanan dan kemajuan ilmu pengetahuan di Indonesia. Sekian yang dapat disampaikan oleh penulis.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Juli 2023



Adam Yazly Putra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xviii
DAFTAR ISI	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Peneliian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Telaah Pustaka	6
B. Landasan Teori.....	16
1. <i>Korean Wave</i>	16
2. <i>Halal Awareness</i>	17
3. Literasi Halal	17
4. Minat beli	18
5. Bulgogi.....	18
6. Gen Z	18
C. Hipotesis	20
D. Kerangka Berfikir.....	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian.....	26
B. Lokasi penelitian dan waktu penelitian	27
C. Objek dan Subjek penelitian	27
D. Populasi dan Sampel	27
E. Sumber Data dan Teknik pengumpulan Data.....	28

a.	Sumber Data.....	28
b.	Teknik pengumpulan data.....	28
F.	Defenisi Operasional Variabel.....	29
1.	Variabel Independent (X).....	29
a)	Korean Wave (X1).....	29
b)	Halal Awareness (X2).....	31
c)	Literasi Halal (X3).....	33
2.	Variabel dependent (Y).....	34
a)	Minat beli (Y).....	34
G.	Instrumen Penelitian.....	35
H.	Teknik Analisis Data.....	36
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	36
2.	Uji Validitas.....	36
3.	Uji Reliabilitas.....	37
4.	Uji Asumsi Klasik.....	37
a.	Uji Normalitas.....	37
a)	Pengujian P – plot Regression.....	37
b)	Uji Kolmogorov Smirnov.....	38
5.	Uji Multikolinieritas.....	38
6.	Uji Heteroskedasitas.....	38
7.	Uji Autokorelasi.....	39
8.	Uji Linieritas.....	39
9.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
a.	Uji T.....	40
b.	Uji F.....	40
c.	Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A.	Analisis Data.....	42
1.	Deskripsi Data.....	42
2.	Analisis Statistik Deskriptif.....	43
3.	Uji Validitas.....	44
4.	Uji Reliabilitas.....	46
5.	Uji Asumsi Klasik.....	48
a.	Uji Normalitas.....	48
b.	Uji Multikolinearitas.....	49
c.	Uji Heteroskedasitas.....	50
d.	Uji Autokorelasi.....	51
e.	Uji Linearitas.....	52

6. Analisis Regresi Linier Berganda	54
7. Uji Hipotesis	56
a. Uji F	56
b. Uji T	57
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
B. Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V	66
PENUTUP	66
1. Kesimpulan	66
2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 indikator Variabel Korean Wave	29
Tabel 3. 2 indikator Variabel Halal Awareness.....	32
Tabel 3.3 indikator Variabel Literasi Halal.....	33
Tabel 3. 4 indikator Variabel Minat beli.....	34
Tabel 3. 5 Keterangan Skala likert	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	43
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Korean wave</i>	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Halal awareness.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Halal.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat beli	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedasitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linieritas	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	58
Tabel 4. 20 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4. 21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Contoh Grafis Regresi Linier Berganda	40
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P – plot Regression	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korean Wave / Hallyu merupakan fenomena Global yang menjadi sebuah tren yang menggemparkan remaja remaja atau pun orang dewasa di dunia, terkhusus pada kaum wanita yang menggemari dan menjadi fans Hallyu. Dan gelombang ini dimulai dari negaranya sendiri yaitu Korea Selatan, kemudian akhirnya menyebar ke seluruh penjuru dunia, mulai dari Asia, Eropa hingga Amerika, dan mulainya *Korean Wave booming* melalui budaya, industry Drama televisi, Film, *variety show*, dan industry Musik. Dan kemudian *Korean wave* merambah ke budaya lain seperti busana, Bahasa korea hingga kuliner. (Oktaviani & Pramadya, 2021)

Melihat adanya peluang didalam penyebaran *Korean Wave* yang pesat di negara Indonesia, negara Korea Selatan melihat peluang terhadap Indonesia sebagai pasar potensial bagi negaranya untuk memasarkan produk – produk makanan. Namun terdapat masalah yang dimana negara Korea Selatan merupakan negara *sekuler* atau negara yang memisahkan antara agama dan institusi negara, serta negara Korea adalah negara yang bersikap netral terhadap urusan agama dan tidak mendukung orang yang beragama ataupun tidak beragama, berbeda dengan cara pandang negara kita yang mengatur seseorang harus memiliki identitas agama didalam individu warga negara, dengan adanya produk daging yang di impor oleh negara Korea Selatan menjadi kekhawatiran bagi masyarakat muslim yang ada di negara Indonesia, dengan melihat siapkah negara Korea Selatan untuk menjalin kerja sama dalam industri halal food di Indonesia terkhusus pada proses pengelolaan daging yang sesuai berdasarkan syariat islam.(Prameswari et al., 2022)

Dan juga melihat maraknya Fans *Hallyu* ini di Indonesia berdampak pada berkembang besarnya budaya Korea di Indonesia dengan cepat, seperti pada industry makanan dengan munculnya Restoran khas Korea Selatan yang sudah mulai banyak tersebar di berbagai wilayah Indonesia, namun dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, tidak semua makanan Korea itu halal, ada berapa masakan korea yang berbasis daging menggunakan daging dari babi dan juga menggunakan minyak babi, serta ada juga yang menggunakan alcohol untuk penyedap dalam resep makanannya, tetapi ada juga Restoran makanan dari korea mengikuti standar halal yang ada di negara yang mayoritas islam seperti Indonesia, seperti sapi, kambing, dan ayam yang

disembelih dengan menyebut nama Allah dan mengikuti prosedur sertifikasi Halal untuk menunjukkan bahwa makanan tersebut disajikan menggunakan bahan Halal dan sudah mengikuti prosedur penyembelihan hewan yang sudah sesuai dengan syariat islam.

Banyak macam macam produk makanan korea yang beredar di Indonesia salah satunya seperti olahan daging sapi seperti *Bulgogi* yang sering menjadi menu makanan pada Restoran *All You can Eat*, *Bulgogi* merupakan makanan olahan daging tradisinonal khas korea selatan, yang menggunakan olahan daging pilihan seperti daging *sirloin*, dan bisa di variasikan dengan daging Ayam maupun daging non Halal seperti Babi. Namun pecinta kuliner makanan korea yang ada di Indonesia hanya mengetahui makanan oalahan daging bulgogi ini dari olahan daging sapi, dan karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama muslim, olahan daging yang digunakanpun diganti hanya menggunakan daging yang halal saja seperti daging sapi dan ayam, dan daging *Bulgogi* sendiri di olah menggunakan bumbu yang sangat sederhana, yaitu dengan menggunakan, kecap asin, gula, bawang dan minyak wijen. Dan daging *bulgogi* biasanya di gunakan dalam menu Restoran *All You Can Eat (AYCE)* dan menjadi menu favorit penikmat kuliner makanan korea yang ada di Indonesia. (Kompas.com, 2020) meskipun *Bulgogi* sangat nikmat untuk disantap, perlu adanya kesadaran dalam mengetahui terhadap prosedur dan proses pengelolaan makanan *bulgogi* agar dapat dikatakan sebagai makanan yang halal.

Banyak masyarakat yang beragama islam yang masih suka mengkonsumsi suatu produk makanan hanya berdasarkan tren saja dan tidak benar benar memperhatikan kesadaran halal ataupun memperhatikan proses pengelolaan suatu makanan tersebut bisa dikatakan halal, dan Kesadaran halal atau *Halal Awareness* adalah tingkat pengetahuan konsumen muslim untuk mencari dan mengonsumsi produk halal berdasarkan syariat islam yang didasarkan melalui *religiulitas* pemeluk agama islam, untuk mempertahankan keputusan pembelian dari konsumen yang ada di Indonesia dan bisa membawa pengaruh *Korean wave* melalui makanan, produsen pada makanan korea harus berupaya meyakinkan konsumen bahwa produk yang dijual sudah terjamin kehalalannya (Firdaus et al., 2022)

Bagi seorang muslim dikatakan memiliki kesadaran halal apabila mereka memahami apa artinya sesuatu menjadi halal, memiliki pengetahuan tentang masakan halal serta menekankan makan makanan halal, dan mengetahui akan kesadaran halal di dasarkan pada mengerti atau tidaknya seorang muslim tentang apa yang halal atau tidak halalnya suatu yang dikonsumsi (Lestari & Supriyanto, 2022), dan suatu tentang kesadaran terhadap halal tercantum dalam

surah Al – Baqarah (2) ayat ke 168 dan Surah Al – Maidah (3) ayat ke 88 dalam surah tersebut sesuai dengan perintah Allah Swt yang membahas tentang keharusan umat muslim dalam memilih serta memakan makanan yang halal serta baik.

Di dalam agama Islam terdapat 2 syarat penting untuk di katakan sebuah makanan yang di konsumsi itu halal, yaitu halal suatu bahan yang di konsumsi serta halal proses pengololaannya untuk di jadikan makanan (Rektiansyah & Auwalin, 2022) contohnya seperti daging sapi yang harus disembeli sesuai syariat islam agar proses dalam pengelolaan menjadi bahan mentah untuk diolah menjadi makanan dari daging yang halal, tentu kesadaran halal bukan hanya tentang syarat suatu hal yang dikonsumsi oleh umat muslim saja, tetapi bisa menjadi gaya hidup yang diterapkan oleh kalangan manapun, dengan halal *lifestyle* mengajarkan seseorang untuk hidup sehat, dan hal itu yang patut kita bawa kehidupan halal menjadi sebuah tren yang dapat membawa generasi z untuk dapat memerhatikan kesadaran halal. (Jannah & Al-Banna, 2021)

Dengan maraknya dan berkembangnya *Korean Wave* yang menjadi tren di kalangan muda Yogyakarta dan seluruh Indonesia, yang menyebabkan tersebarnya tren terhadap kuliner korea yang dimana makanan tersebut ada yang halal ataupun yang belum dari segi prosesnya, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kesadaran halal terhadap makanan korea seperti *Bulgogi*. Berdasarkan Uraian tersebut peneliti tertarik mengangkat penelitian ini dengan judul **“PENGARUH *KOREAN WAVE*, *HALAL AWARENESS*, *LITERASI HALAL* TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN KOREA BULGOGI (STUDI KASUS GEN Z DI YOGYAKARTA)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah yang sudah diuraikan penulis, maka dirumuskan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Korean Wave* berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* Generasi Z yang ada di Yogyakarta?
2. Apakah *Halal Awareness* berpengaruh terhadap minat beli produk makanan korea *Bulgogi* Generasi Z yang ada di Yogyakarta?
3. Apakah *Literasi Halal* berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* Generasi Z yang ada di Yogyakarta?
4. Apakah *Korean Wave*, *Halal Awareness* dan *Literasi Halal* berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* Generasi Z yang ada di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Pada Perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Korean Wave* terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* generasi Z di kota Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh *Halal Awareness* terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* generasi Z di kota Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh *Literasi Halal* terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* generasi Z di kota Yogyakarta.
4. Menganalisis Pengaruh *Korean Wave*, *Halal Awareness* dan *Literasi Halal* terhadap minat beli produk makanan Korea *Bulgogi* generasi Z di kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Akademik, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi sumber referensi kepustakaan bidang Ekonomi Islam, baik dilakukan sebagai rujukan yang berkaitan tentang Halal Awareness dan dalam memproduksi dan mengkonsumsi makanan di industri Halal.
2. Manfaat Praktisi, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dalam perbandingan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik penelitian yang sama.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian terkait, ketertarikan remaja terhadap makanan korea, peluang industry halal food terhadap industry kuliner korea di negara Indonesia, *Korean Wave / Hallyu / Gelombang Korea*, dampak kuliner korea terhadap industry halal yang ada di inonesia, pembahasan tentang olahan daging yang berasal dari korea selatan atau disebut dengan *Bulgogi*, *Halal Awareness* terhadap mengkonsumsi makanan yang berasal dari negara Korea Selatan. Dalam latar belakang memuat kondisi serta teori yang terjadi hingga menjadi landasan dalam pengambilan judul penelitian yang diangkat. Selanjutnya pada bagian ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian yang diangkat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II Menjelaskan mengenai tinjauan Pustaka yang gunanya untuk memastikan bahwa penelitian ini merupakan kelanjutan, penyempurnaan, atau pembaruan dari penelitian sebelumnya sekaligus untuk mencegah adanya penjiplakan. Selanjutnya pada bagian ini juga memuat landasan teori dengan berisikan teori yang relevan dalam topik penelitian, dan berikutnya juga memuat hipotesis. Yang merupakan sebuah dugaan sementara dalam persoalan yang masih harus dibuktikan kebenarannya, dan kerangka berfikir yang merupakan serangkaian teori yang tertuai dalam telaah Pustaka dan landasan teori.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

menjelaskan mengenai rancangan penelitian, lokasi penelitian, periode pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, Teknik data, dan Teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam Bab ini menjelaskan tentang semua hasil dari penelitian yang kemudian dipaparkan dan diidentifikasi hasil penelitian dengan rumusan masalah yang telah dicantumkan dan disesuaikan dengan kondisi yang terjadi dari jawaban mayoritas responden.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan dari hasil pembahasan, serta saran dan masukan dari pihak yang berkepentingan didalam penelitian yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini peneliti merangkum beberapa hasil penelitian ataupun jurnal terdahulu yang membahas mengenai Halal Awareness sebagai referensi penelitian ini. Adapun penelitian - penelitian yang sebelumnya yang berhasil dikumpulkan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta (Hendradewi et al., 2021)	semakin besar tingkat pemahaman seorang remaja pecinta mie instan Korea terhadap halal maka semakin positif juga perilaku seseorang remaja terhadap isu terkait kehalalan mempengaruhi minat beli terhadap produk.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. - Variabel terikat yang digunakan minat beli. - Jenis penelitian kuantitatif - Menggunakan metode analisis regresi berganda - Jumlah sampel 100 responden. 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek yang digunakan adalah remaja sekolah di Jakarta - Variabel bebas yang digunakan label halal - Lokasi yang digunakan adalah kota Jakarta - Teknik penarikan sampel menggunakan cluster sampling
2.	Analisis pengaruh <i>Halal Certification</i> dan <i>Halal Awareness</i> terhadap minat beli produk makanan <i>korinus Tok-Poki</i> (Studi pada mahasiswa Muslim pecinta Drama Korea) (Tri Cahya, 2016)	kesadaran halal itu berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli jika dilakukan melalui sikap, sedangkan label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli jika dilakukan melalui sikap	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Jumlah sampel 100 responden. - Subjek yang digunakan adalah gen z - Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan alat pengujian <i>SEM – PLS</i> - Variabel bebas yang digunakan label halal - Lokasi yang digunakan adalah daerah sumenep
3.	Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z:	keputusan untuk seorang membeli mie Samyang	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan label halal,

	Ditinjau dari Labelisasi Halal, <i>Halal Awareness</i> , Harga, dan Promosi (Lestari & Supriyanto, 2022)	dipengaruhi secara signifikan oleh factor factor kesadaran halal, pelabelan halal, harga dan aktivitas.	kesadaran halal. - Subjek yang digunakan adalah gen z - Jenis penelitian kuantitatif - Menggunakan alat pengujian SPSS - Variabel terikat yang digunakan minat beli. - Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling	harga dan promosi. - Variabel bebas yang digunakan harga - Variabel bebas yang promosi. -
4.	<i>Korean Wave (Hallyu)</i> dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan (Oktaviani & Pramadya, 2021)	gelombang korea/ <i>Korean wave</i> memang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap mahasiswa, sehingga para mahasiswa tertarik dalam mempelajari aspek – aspek budaya yang berasal dari korea selatan, diikuti dengan peran media yang masif dan signifikan, dengan membawa aspek – aspek tersebut sebagai pilihan hiburan bagi kaum muda.	- membahas tentang gelombang korea	- Teknik pengumpulan data menggunakan data <i>focus group discussion</i> , observasi, serta Teknik dokumentasi
5.	<i>Halal Awareness and Halal traceability: Muslim consumers and Entrepreneurs perspectives</i> (Jannah & Al-Banna, 2021)	kesadaran halal berpengaruh terhadap niat beli konsumen dan tertelusuran halal pelaku usaha, dan sedangkan kesadaran halal terhadap konsumen	- Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. - Variabel terikat yang digunakan minat beli. - Jenis penelitian kuantitatif	- Variabel bebas yang digunakan sertifikasi halal - Variabel bebas yang digunakan adalah pengetahuan - Variabel bebas yang

		ditentukan melalui pengetahuan dan sertifikasi halal.		<p>digunakan religiusitas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Populasi yang dikumpulkan ada 2 macam yaitu dari 176 konsumen dan 95 pengusaha - Menggunakan alat pengujian <i>SEM – PLS</i>
6.	Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi (Firdaus et al., 2022)	bahwa religiusitas dan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling - Menggunakan alat pengujian <i>SPSS</i> - Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. - Menggunakan metode analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan religiusitas - Jumlah sampel 399 responden. - Lokasi yang digunakan adalah kota Sukabumi - Variabel terikat yang digunakan Keputusan pembelian.
7.	Niat Beli Muslim pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal di Indonesia Maria (Oktavianingtias & Muslichah, 2021)	hanya norma subyektif dan persepsi control perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen yang muslim.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling - kuesioner yang disusun menggunakan <i>google form</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah sampel 170 responden - Menggunakan alat pengujian <i>SmartPLS</i> - Teknik penarikan sampel menggunakan <i>convenience sampling</i> - Variabel bebas yang digunakan religiusitas - Lokasi penelitian meluas yaitu seluruh Indonesia.
8.	The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia	sikap, norma, subjektif, dan control perilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Teknik penarikan sampel menggunakan random sampling

	(Vizano et al., 2021)	<p>beli kostumer, sementara itu, niat beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian siswa yang bekerja dan kesadaran halal memiliki efek moderasi dari niat beli terhadap perilaku pembelian, dan minat beli dapat berpengaruh positif terhadap perilaku dari pembelian, dan dari penelitian ini peneliti membuktikan bahwa kesadaran halal mampu memoderasi pengaruh niat beli terhadap perilaku pembelian terhadap produk makanan yang halal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel terikat yang digunakan minat beli. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan alat pengujian <i>SmartPLS</i> - Variabel bebas yang digunakan sikap, norma, subjektif, dan control perilaku - Variabel bebas yang digunakan norma - Variabel bebas yang digunakan subjektif - Variabel bebas yang digunakan control perilaku - Lokasi yang digunakan adalah Perguruan tinggi swasta yang ada di Tangerang
9.	<p>The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam (Muslichah et al., 2020)</p>	<p>kesadaran merupakan anteseden penting dari niat siswa muslim dalam membeli makanan halal, pemasaran harus merancang kampanye yang berfokus pada penciptaan terhadap kesadaran tentang kepatuhan dalam produk yang halal, dan selain itu. Produsen dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan kesadaran halal. - Jenis penelitian kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Teknik penarikan sampel menggunakan <i>convenience sampling</i> - Variabel bebas yang digunakan religiusitas - Lokasi penelitian terletak di Brunei Darussalam - Variabel terikat yang digunakan Keputusan pembelian

		penjual makanan harus menggunakan sertifikasi halal dan logo yang dapat diandalkan untuk memberi tahu kepada konsumen bahwa produk mereka benar benar halal.		
10.	Pengaruh Literasi Halal pada mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung (Pratama & Hartati, 2020)	secara parsial dan simultan literasi halal dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumsi produk halal pada mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Literasi halal dan religiusitas memiliki korelasi sangat kuat dengan konsumsi produk halal dan mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 80,7% terhadap konsumsi produk halal.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Variabel bebas yang digunakan literasi halal. - Jumlah sampel 100 responden. - Menggunakan metode analisis regresi berganda - data Primer yang diperoleh dari kuesioner penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan religiusitas - Variabel terikat yang digunakan konsumsi produk - Populasi yang digunakan pada penelitian adalah mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati bandung - Lokasi penelitian terletak di UIN Sunan Gunung Djati bandung
11.	Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas terhadap minat Konsumsi produk Halal masyarakat Kabupaten Madiun (Setyowati & Anwar, 2022)	literasi Halal dan religiusitas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi produk halal di kabupaten Madiun dengan kontribusi sebesar 42,8% .	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - data Primer yang diperoleh dari kuesioner penelitian - Jumlah sampel 100 responden. - Menggunakan metode analisis regresi berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yang digunakan religiusitas - Variabel terikat yang digunakan konsumsi produk - Lokasi penelitian terletak di kabupaten Madiun

Pertama, yaitu jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Hendradewi et al., 2021) yang berjudul “*Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli mie instan korea pada remaja sekolah yang ada di kota Jakarta, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *analisis regresi berganda*, dan populasi yang diambil untuk menguji sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang remaja sekolah yang ada di Jakarta, dan penarikan sampelnya secara *cluster sampling*, dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara *parsial* kesadaran halal, berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian ini menunjukkan dalam uji data bahwa semakin besar tingkat pemahaman seorang remaja pecinta mie instan Korea terhadap halal maka semakin positif juga perilaku seseorang remaja terhadap isu terkait kehalalan mempengaruhi minat beli terhadap produk. Faktor yang dilihat dalam uji sample ini yaitu kebanyakann remaja tidak terpengaruh terhadap ada atau tidaknya label halal dalam produk tersebut, namun remaja tersebut terpengaruh oleh minat beli terhadap produk tersebut didasarkan dengan factor menyukai budaya korea dari mulai makanan, pakaian, music, film, tarian, hingga kosmetik, dan harapan dari peneliti ini yaitu produsen produk mie instan agar dapat mencantumkan label halal pada produk yang disajikan, sebab seorang konsumen remaja sudah mengetahui tentang kesadaran halal dan pentingnya terhadap Kesehatan, dan untuk konsumen remaja juga hendaknya diharapkan agar menggunakan produk korea yang sudah halal dan sehat untuk dapat dikonsumsi dengan layak bagi reaja muslim agar dapat benar benar peduli akan kesadaran halal dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk.

Kedua, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Tri Cahya, 2016) yang berjudul “*Analisis pengaruh Halal Certification dan Halal Awareness terhadap minat beli produk makanan korinus Tok-Poki (Studi pada mahasiswa Muslim pecinta Drama Korea)*” penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengkaji pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap pembelian mie instan korea pada remaja sumenep melalui sikap. Metode yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer, dan sampel yang digunakan yaitu 100 responden yang belum pernah membeli mie instan korea, analisis yang digunakan peneliti *SEM – PLS* dengan kontruk yang menunjukkan bahwa semua kontruk mempunyai hasil yang valid. Sehingga selanjutnya dilakukan pengujian pada hubungan antar variable, setelah dilakukan uji maka dibuktikan bahwa secara langsung kesadaran halal

berpengaruh signifikan terhadap sikap, tetapi kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli responden. Dan dalam uji sampel tersebut mengungkapkan bahwa label halal berpengaruh signifikan t atas niat beli, namun label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap, dan sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli. Dalam hal ini secara tidak langsung, kesadaran halal itu berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli jika dilakukan melalui sikap, sedangkan label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli jika melalui sikap, dan penelitian yang dilakukan penulis hanya berfokus terhadap remaja generasi Z pada rentang usia 13-23 tahun di sumenep yang dimana belum pernah membeli produk mie instan korea.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Supriyanto, 2022) berjudul "*Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi*" penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji kesadaran halal, labeling halal, dan minat beli generasi Z yang sebelumnya pernah membeli produk makanan mie instan Samyang yang berasal dari korea, peneliti ingin memastikan bahwa seorang responden benar benar peduli terhadap kesadaran halal, label halal, dalam menimbang keputusan terhadap minat beli yang dimana Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim yang besar, dan memperjelas status kehalalan suatu produk bagi konsumen dan membujuk mereka untuk mengkonsumsi produk yang halal. Subjek yang digunakan oleh peneliti yaitu generasi Z yang sebelumnya pernah membeli dan menggunakan produk mie Samyang, dan metodologi penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan metode kuantitatif, dan semua yang berpartisipasi terhadap survey dari peneliti tersebut dianggap sebagai populasi dari penelitian yang diangkat oleh penulis, dan sampling yang digunakan oleh peneliti yaitu purposive sampling, dan Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis untuk membantu Analisa dalam data peneliti menggunakan bantuan dari program SPSS dari windows 23.0, temuan yang dilakukan peneliti ini menunjukkan bahwa, keputusan untuk seorang membeli mie Samyang dipengaruhi secara signifikan oleh factor factor kesadaran halal, pelabelan halal, harga dan aktivitas.

Keempat, penelitian ini di lakukan oleh (Oktaviani & Pramadya, 2021) yang berjudul "*Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan*" penelitian ini membahas tentang gelombang korea atau disebut dengan *Korean wave* yang dimana fenomena tersebut menjadi salah satu topik paling populer pada saat ini. Oleh sebab itu peneliti ini mengajukan pertanyaan mengenai penelitian ini terhadap persepsi kaum muda mengenai korea selatan di Indonesia, dan metodologi yang

digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan data *focus group discussion* , observasi, serta Teknik dokumentasi, dan hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa gelombang korea/ *Korean wave* memang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap mahasiswa, sehingga para mahasiswa tertarik dalam mempelajari aspek – aspek budaya yang berasal dari korea selatan, diikuti dengan peran media yang masif dan signifikan, dengan membawa aspek – aspek tersebut sebagai pilihan hiburan bagi kaum muda.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh (Jannah & Al-Banna, 2021) berjudul “*Halal Awareness and Halal traceability: Muslim consumers and Entrepreneurs perspectives*” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kesadaran halal dengan menggunakan variable yang dapat berpengaruh (*determinan*) dan dipengaruhi (*output*), penelitian ini mengkaji dari dua perspektif, yaitu dari konsumen dan dari pelaku usaha, dari perspektif konsumen berkaitan dengan pengaruh kesadaran halal terhadap niat untuk membeli produk halal, dan sementara dari perspektif pelaku usaha. Yaitu mempertimbangkan bagaimana kesadaran halal mempengaruhi ketertelusuran halal produk, ketertelusuran halal ini dianalisis dari perpestif konsumen sebagai moderasi dalam hubungan antara kesadaran halal dan niat beli konsumen, dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan cara yang di lakukan peneliti yaitu menyebarkan kuesioner dan didistribusikan secara online dan data dikumpulkan dari 176 konsumen dan 95 pengusaha. Dan penelitian ini dibantu dengan *SEM-PLS* yang kemudian diterapkan dalam menganalisis data, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap niat beli konsumen dan tertelusuran halal pelaku usaha, dan sedangkan kesadaran halal terhadap konsumen ditentukan melalui pengetahuan dan sertifikasi halal. Dan sebaliknya religiusitas memiliki dampak dan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kesadaran halal dari konsumen. Sedangkan kesadaran halal pelaku usaha dipengaruhi oleh pengetahuan, sertifikasi halal dan *religiusitas*. Daalam penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Ketelusuran halal gagal dalam memoderasi hubungan antara kesadaran halal dan niat beli konsumen.

Keenam, penelitian ini dilakukan oleh (Firdaus et al., 2022) yang berjudul “*Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian makanan korea yang ada di kota sukabumi, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 399 responden yang pernah membeli produk makanan korea, Teknik

sampling yang digunakan adalah *pusposive sampling/nonprobability sampling* dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dibantu dengan aplikasi data *SPSS versi 23*. Dan hasil dari penelitian ini memberikan informasi bahwa religiusitas dan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ketujuh penelitian ini dilakukan oleh (Oktavianingtias & Muslichah, 2021) yang berjudul “*Niat Beli Muslim pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal di Indonesia Maria*” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor – factor yang mempengaruhi niat beli konsumen muslim, pada makanan restoran korea yang bersertifikat halal yang ada di Indonesia, dan metode yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan metode kuantitatif, peneliti menggunakan kuesioner yang disusun menggunakan *google form*, metode yang digunakan dalam sampling adalah *purposive sampling* dan *convenience sampling* yang ditujui kepada 170 muslim yang ada di Indonesia. Pengujian ini untuk memverifikasikan hubungan antara norma subyektif, persepsi control perilaku, *religiuitas*, sikap dan niat beli muslim pada mekanaan restoran korea halal, dan data diolah menggunakan *SmartPLS (Partial Least Square)*. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya norma subyektif dan persepsi control perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen yang muslim. Dari hal ini menunjukkan bahwa *religiuitas* dan sikap tidak mempengaruhi niat beli dari konsumen muslim. Dan hasil dari penelitian ini disebarikan oleh peneliti secara random tanpa menetapkan strata atau kedudukan sehingga persentase karakteristik responden tidak seimbang. Karena temuan ini yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang niat beli konsumen muslim pada makanan restoran korea bersertifikat halal di negara Indonesia. Dan penelitian yang dilakukan juga dapat digunakan sebagai acuan untuk pelaku bisnis restoran korea yang ada di Indonesia.

Kedelapan, penelitian ini dilakukan oleh (Vizano et al., 2021) berjudul “*The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia*” penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh, sikap, norma subjektif, dan control yang dirasakan terhadap perilaku pembelian mahasiswa yang terdaftar di perguruan tinggi swasta yang ada di Tangerang, Indonesia, dan metode yang di pakai dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan random sampling dari 410 mahasiswa, hasil kuesioner yang valid dari sampling ini berjumlah 261 sampel. Pengelolaan data pada analisis sampel ini menggunakan metode *SEM* dengan dibantu dengan *software SmartPLS 3.0*, temuan dari penelitian ini mengungkapkan sikap, norma, subjektif, dan control perilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat beli kostumer, sementara itu, niat beli memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap perilaku pembelian siswa yang bekerja dan kesadaran halal memiliki efek moderasi dari niat beli terhadap perilaku pembelian, dan minat beli dapat berpengaruh positif terhadap perilaku dari pembelian, dan dari penelitian ini peneliti membuktikan bahwa kesadaran halal mampu memoderasi pengaruh niat beli terhadap perilaku pembelian terhadap produk makanan yang halal. Semakin tinggi keadaran kostumer terhadap kesadaran produk halal, maka semakin besar hubungan antara minat beli dan perilaku membeli makanan halal, dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan factor kesadaran halal berupa peningkatan dalam hubungan antara minat beli dengan perilaku membeli produk makanan halal.

Kesembilan, penelitian dari (Muslichah et al., 2020) berjudul “*The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam*” penelitian ini bertujuan untuk menguji efek moderasi *religiusitas* pada hubungan antara kesadaran dan keputusan pembelian makanan halal, dan metodologi yang digunakan menggunakan prosedur convenience sampling dengan dibagikan 200 kuesioner yang dibagikan kepada berbagai institusi Pendidikan tinggi lokal dengan jumlah 64% responsi, dan metode analisis yang digunakan dengan menggunakan analisis regresi yang dimoderasi yang digunakan untuk menguji hubungan antara kesadaran dan keputusan pembelian, dengan *religiusitas* sebagai variable moderasi, dan temuan dari penelitian ini peneliti menemukan bahwa di antara sampel, dan tingkat kesadaran terhadap makanan halal itu tinggi, dan berpengaruh kesadaran terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan, dan peneliti menemukan bahwa *religiusitas* bertindak sebagai variable moderasi pada hubungan antara kesadaran dan keputusan pembelian. Kekurangan pada penelitian ini menunjukkan bahwa, yang pertama sampel hanya diambil dari institusi yang lebih tinggi dan responden dipilih dengan menggunakan *convenience sampling*, maka dari itu, tidak sepenuhnya mewakili populasi dari muslim yang ada di negara Brunei, dan kedua ada variable yang dihilangkan yang tidak dipertimbangkan oleh peneliti, dan ketiga instrument survei dan *konsepualisasi religionalitas* keduanya memerlukan penyelidikan lebih lanjut dalam literatur yang digunakan dalam penelitian. Hasil dari temuan peneliti menunjukkan bahwa kesadaran merupakan antecedent penting dari niat siswa muslim dalam membeli makanan halal, pemasaran harus merancang kampanye yang berfokus pada penciptaan terhadap kesadaran tentang kepatuhan dalam produk yang halal, dan selain itu. Produsen dan penjual makanan harus menggunakan sertifikasi halal dan logo yang dapat diandalkan untuk memberi tahu kepada konsumen bahwa produk mereka benar benar halal.

Kesepuluh, penelitian ini dilakukan oleh (Pratama & Hartati, 2020) yang berjudul “*Pengaruh Literasi Halal pada mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi Halal dan religiusitas terhadap konsumsi produk halal mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bantung. Metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan Kuantitatif, Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017 dan didapatkan sample 100 responden. Data Penelitian ini menggunakan data Primer yang diperoleh dari kuesioner penelitian. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis data regresi berganda, hasil temuan dari penelitian ini, bahwa secara parsial dan simultan literasi halal dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumsi produk halal pada mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Literasi halal dan religiusitas memiliki korelasi sangat kuat dengan konsumsi produk halal dan mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 80,7% terhadap konsumsi produk halal.

Kesebelas, penelitian ini dilakukan oleh (Setyowati & Anwar, 2022) yang berjudul “*Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas terhadap minat Konsumsi produk Halal masyarakat Kabupaten Madiun*” tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas tentang pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat dalam mengkonsumsi produk halal studi kasus kabupaten Madiun. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penelitian primer dengan menyebarkan kuesioner berupa google form kepada masyarakat kabupaten madiun sebanyak 100 responden, pengolahan data pada penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang akurat menggunakan uji instrument yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, serta uji koefisien (R²) Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa literasi Halal dan religiusitas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi produk halal di kabupaten Madiun dengan kontribusi sebesar 42,8% .

B. Landasan Teori

1. Korean Wave

Korean Wave atau gelombang korea adalah terjemahan dari istilah (*Hallyu*) atau dalam bahasa korea artinya adalah arus *Han*, han sendiri mengacu pada *hankuk* atau korea sedangkan arus yang berarti aliran, istilah ini diciptakan dari media masa yang berasal dari cina asal muasal *hallyu* ini terjadi. *Korean wave* diciptakan oleh media masa cina pada

belasan tahun yang lalu, merujuk pada bagaimana populernya budaya korea di cina Ketika drama korea di ekspor dan menjadi sangat booming pada saat itu, *Korean wave* atau *Hallyu* adalah fenomena mengalirnya budaya korea selatan ke dalam dunia internasional, fenomena ini mengalir berupa drama, film, music, Bahasa, budaya, fashion, kosmetik, hingga makanan. (Ri'aeni, 2019) Menurut (Puspitasari et al., 2023) terdapat 4 indikator didalam *Korean Wave* yang dimana diantaranya adalah pemahaman (*understanding*), sikap atau perilaku (*attitude and behavior*), persepsi (*perception*) dan Imitasi (*imitation*).

2. *Halal Awareness*

Halal Awareness atau kesadaran halal merupakan suatu tingkat pemahaman umat islam atau seorang muslim dalam mengetahui masalah terkait konsep Halal. Kesadaran halal dapat diketahui melalui mengertinya seorang muslim atau tidak mengertinya seorang muslim tentang apanya halal itu sendiri. Dan seorang muslim turut memprioritaskan produk halal dalam mengkonsumsi barang atau makanan tersebut. Semakin paham seorang muslim dalam memahami konsep halal, proses halal, serta prinsip yang terkandung dalam syariat islam maka, seorang muslim itu akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya. (Pratiwi et al., 2022) Dan didalam pengetahuan seorang muslim akan kesadaran halal terdapat 2 indikator yang membawa seorang muslim untuk memiliki kesadaran halal yaitu meliputi pemahaman produk yang dimiliki seorang muslim dan mengetahui proses produksi, kesadaran halal suatu produk yang sesuai dengan standar halal yang ada di agama islam dapat menjadi suatu syarat mutlak bagi seorang konsumen muslim dan produsen muslim dalam mengkonsumsi dan memproduksi suatu produk makanan. (Hendradewi et al., 2021)

3. Literasi Halal

Literasi Halal adalah sebuah pengetahuan, pemahaman, kesadaran, keterampilan bagi seseorang dalam mengenali tentang sesuatu produk yang dikonsumsi. Halal dan haramnya suatu produk tidak hanya dilihat dari label halal saja, tetapi faktor pemahaman produk bagi seseorang yang mengkonsumsinya juga penting. Literasi Halal menjadi sebuah kemampuan dalam membedakan barang dan jasa baik halal atau haramnya dengan berlandaskan hukum islam. (Pratama & Hartati, 2020) terdapat 3 Indikator dalam memahami Literasi halal yaitu kesadaran Halal, Bahan makanan, serta Sertifikasi Halal, kehalalan suatu produk bukan hanya terletak pada label

halal saja namun, pemahaman akan proses produksi dan bahan makanan yang digunakan berdasarkan syariat islam atau tidak adalah suatu hal yang penting dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Dan hal tersebutlah menjadi hal penting kenapa seseorang harus memiliki pemahaman Literasi Halal. (Setyowati & Anwar, 2022)

4. Minat beli

Minat beli adalah rencana Sadar individu dalam melakukan upaya untuk membeli suatu produk, minat beli dapat dikatakan keinginan seorang dalam membeli produk, dan minat beli dapat mencerminkan perilaku jangka pendek konsumen pada masa yang akan datang untuk keputusan pembelian di masa depan.(Oktavianingtias & Muslichah, 2021) minat beli seseorang diatur oleh keyakinan agama, norma sosial yang berlaku, dan juga dipengaruhi dari perilaku sosial dengan teman atau keluarga yang mendorong individu seseorang dalam membeli sesuatu.(Rektiansyah & Auwalin, 2022) dan minat beli yang dimiliki seorang konsumen juga berasal dari sikap dan penilaian konsumen terhadap suatu produk serta factor eksternal dari produk, sikap, penilaian, dan factor eksternal merupakan factor yang sangat penting dalam memprediksi perilaku seorang konsumen, dan minat beli dapat mengukur seberapa besar kemungkinan konsumen untuk membeli produk, yang dimana semakin tinggi minat beli maka akan semakin tinggi pula minat konsumen dalam membeli produk.(Vizano et al., 2021)

5. Bulgogi

Bulgogi adalah hidangan daging yang diasinkan, seperti makanan pesta sebab *bulgogi* biasanya dimakan pada acara-acara khusus dan saat makan diluar atau menghibur tamu, *bulgogi* adalah salah satu makanan hidangan daging yang populer dari mulai orang korea sampai pengunjung asing juga suka menikmati hidangan daging asal korea ini. (Santoso et al., 2020)

6. Gen Z

Gen Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 yaitu pada saat ini mereka yang berumur 26 tahun sampai dengan umur 8 tahun, gen Z sering disebut sebagai generasi pasca milenial.(Indonesia, 2021) *Gen Z* merupakan generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat Komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin generasi ini berikan, generasi ini mempercayai akan pentingnya komunikasi dalam penyelesaian

konflik dan sebuah perubahan datang melalui adanya dialog. Generasi ini terbuka akan pemikiran tiap individu yang berbeda serta gemar berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang beragam, serta generasi Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan Inovatif, generasi ini merupakan generasi yang erat terhadap teknologi (*Digital Native*) hal tersebut dikarenakan generasi ini lahir di era ponsel pintar, tumbuh Bersama dengan kecanggihan pada teknologi computer serta memiliki keterbukaan akan akses internet lebih mudah dibandingkan generasi sebelumnya, dan generasi Z dikenal sebagai generasi digital.(Sakitri, 2021)

Pada Studi kasus penelitian ini meneliti dan menganalisis perilaku pemikiran dan pandangan visual terhadap kesadaran halal dan literasi halal pada *Gen Z* penggemar budaya dan kuliner khas Korea terhadap perilaku minat beli, dikarenakan kebanyakan dari generasi ini terkenal akan gemarnya terhadap *Hallyu* atau disebut dengan *Korean Wave*, dan banyak dari generasi ini memiliki komunitas atas sesama penggemar *Korean Wave*, serta mereka memiliki pengaruh dalam penyebaran komunitas penggemar di negara Republik Indonesia dan dengan kegemarannya ini pula kebanyakan dari mereka tertarik terhadap kuliner khas dari Korea Selatan, namun kebanyakan dari mereka tidak memperhatikan prosedur pengelolaan makanan halal dikarenakan minat beli tersebut didasarkan oleh factor kegemaran mereka terhadap budaya dan kuliner Khas Korea Selatan, namun ada juga dari kebanyakan mereka yang benar benar memiliki kesadaran halal dan memperhatikan setiap prosedur pengelolaan makanan Halal di Indonesia. Dari hal tersebut terdapat Indikator yang mempengaruhi pada penelitian ini yaitu:

- a. Indikator pada *Korean Wave* (Puspitasari et al., 2023), (Lupitasari E, 2022)
 1. Pemahaman (Understanding)
Memahami sifat dan arti keanekaragaman dan multikulturalisme
 2. Sikap dan perilaku (Attitude dan Behavior)
Evaluasi konsumen atas kemampuan atribut suatu produk atau merek alternatif yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam perilaku pembelian konsumen.
 3. Persepsi (perception)
Proses bagaimana individu memilih, mengorganisasikan serta memberikan kesan dan informasi dalam menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti.
 4. Imitasi (imitation)

Perilaku yang ditimbulkan karena menjalani suatu proses yang panjang dan dapat memperoleh suatu kebiasaan, yang dipengaruhi oleh suatu yang menarik seperti artis (Idol) atau seseorang yang dikagumi.

b. Indikator pada Halal Awareness (Hendradewi et al., 2021)

1. Pemahaman Produk

Perilaku muslim yang menyadari akan kesadaran halal didasarkan oleh pemahaman produk yang akan dikonsumsi oleh seorang muslim tersebut.

2. Proses Produksi

Sahnya suatu produk dikatakan halal adalah produk yang diketahui bahwasannya dalam proses pengelolaannya berdasarkan anjuran dan kewajiban yang terkandung di dalam Syariat Hukum islam seperti contohnya seperti proses pengelolaan daging Qurban.

c. Indikator Literasi Halal (Setyowati & Anwar, 2022)

1. kesadaran Halal

seseorang muslim yang paham akan literasi halal disebabkan adanya suatu kesadaran dari seorang muslim yang ingin mengkonsumsi suatu hal seperti layaknya makanan, produk layanan jasa yang sesuai dengan syariat islam dan sudah terbukti halal suatu hal tersebut.

2. Bahan makanan

Pengetahuan dalam mengkonsumsi produk diketahui kehalalannya didasarkan dalam mengetahui bahwasannya produk tersebut sudah teruji melalui pengelolaan yang dijalankan sudah sesuai dengan syariat islam.

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal digunakan seorang muslim sebagai sebuah bukti kesahan suatu produk dikatakan sudah halal melalui pemantauan proses administrasi, proses pengelolaan, dan proses penyajiannya.

C. Hipotesis

Pada Penelitian ini terdapat 3 variabel independent (X) yang meliputi Korean Wave (X1), Halal Awareness (X2), Literasi Halal (X3) sedangkan untuk variable dependent (Y) yaitu Minat Beli. Minat beli adalah keinginan seseorang untuk membeli suatu produk, minat beli mencerminkan perilaku jangka pendek konsumen pada masa yang akan datang untuk keputusan pembelian pada masa depan (rencana pada belanja berikutnya). (Oktavianingtias & Muslichah, 2021)

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada penelitian, yang dimana rumusan masalah dapat dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian. Dapat dikatakan sebagai pernyataan sementara dikarenakan hal ini berdasar pada teori yang relevan untuk penelitian, dan belum berdasarkan fakta empiris dari pengumpulan data, penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian kuantitatif, hipotesis penelitian hanya terdapat pada penelitian kuantitatif yang bertujuan dalam menjawab jawaban sementara dalam rumusan masalah pada penelitian. (Yam & Taufik, 2021) Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas berikut hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Korean Wave terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk makanan Korea Bulgogi

Gelombang Korea/ *Korean Wave/ Hallyu* merupakan sebuah Fenomena Global yang dimana generasi muda memiliki ketertarikan terhadap produk budaya yang di produksi oleh Negara Korea Selatan. Yang dimana Gelombang Korea menjangkau hampir semua produk budaya, berupa Drama Televisi, Film, *variety show*, busana, hingga kuliner Khas dari Korea Selatan. Gelombang Korea berkembang dimulai dari negaranya sendiri hingga berekspansi ke negara luar mulai dari Asia, Eropa, Hingga Amerika, Gelombang Korea terjadi dimulai pada tahun 1990 hingga pada saat ini. Sebagai dampak dari Korean Wave tersebut mempengaruhi minat terhadap kuliner Khas Korea Selatan di Indonesia yang salah satunya adalah olahan Daging Bulgogi yang sering diminati oleh kawala muda di restoran *All You Can Eat* dan restoran Korea lainnya. (Oktaviani & Pramadya, 2021)

Penelitian ini dilakukan oleh (Hendradewi et al., 2021) menunjukkan bahwa factor yang mempengaruhi minat beli remaja pada mie instan korea tidak di lihat dari label halal saja tapi karena remaja tersebut sangat menyukai budaya Korea dari segala makanan, pakaian, music, film, tarian, kosmetik, dan sebagainya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Laura & Nasution, 2021) menunjukkan bahwa pada penelitian ini *korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk, *Korean Wave* dapat memoderasi *Brand Switching* terhadap minat pembelian produk, dan *Korean Wave* dapat memoderasi daya tarik iklan terhadap pembelian Produk.

H_0 : *Korean Wave* tidak berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada produk makanan Korea *Bulgogi*.

H_1 : *Korean Wave* berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk makanan Korea *Bulgogi*.

2. Pengaruh Halal Awareness terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk makanan Korea Bulgogi

Kesadaran merupakan konsep yang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang suatu peristiwa atau subjek, sedangkan Kesadaran Halal adalah sebuah pengetahuan, pemahaman atau perasaan akan suatu hal benar terhadap aturan batin dan aturan agama yang dimiliki seorang umat Islam dalam mengetahui masalah terkait konsep Halal. Pengetahuan yang dimiliki meliputi pemahaman produk apa saja yang boleh dikonsumsi dan bagaimana proses dari produksi dalam produk. Dan kesadaran halal merupakan kemampuan untuk dapat memahami, merasakan dan menjadi sadar oleh peristiwa dan objek. Kesadaran halal dapat diketahui berdasarkan paham atau tidaknya seorang umat muslim terhadap makna dari halal, dari mulai mengetahui proses pengolahan produk halal yang benar sesuai syariat islam. (Hendradewi et al., 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh (Hendradewi et al., 2021) menunjukkan bahwa secara parsial kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli, yang dimana semakin besar tingkat pemahaman seorang remaja pecinta mie Instan Korea terhadap halal maka semakin positif juga perilaku seorang remaja tentang isu terkait halal tersebut mempengaruhi minat beli. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Vizano et al., 2021) mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi control perilaku berpengaruh terhadap niat beli, dan niat beli berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian siswa bekerja, dan kesadaran halal memiliki efek moderating niat beli terhadap perilaku pembelian. Minat beli memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian, dan penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa kesadaran halal dapat memoderasi pengaruh niat beli terhadap perilaku pembelian produk makanan halal. Semakin tinggi kesadaran konsumen akan produk halal, maka semakin besar hubungan antara minat beli dengan perilaku pembelian halal. Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini juga menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan factor kesadaran halal berupa peningkatan hubungan minat beli dengan perilaku pembelian produk pangan yang halal. Dan dalam penelitian dari (Muslichah et al., 2020) menunjukkan bahwa kesadaran Halal merupakan antecedent penting dari minat siswa muslim untuk membeli makanan halal.

H_0 : Kesadaran Halal (*Halal Awareness*) tidak berpengaruh terhadap Minat Beli generasi Z yang ada di Kota Yogyakarta pada Produk Makanan Korea *Bulgogi*

H₂ : Kesadaran Halal (*Halal Awareness*) berpengaruh terhadap Minat Beli generasi Z yang ada di Kota Yogyakarta pada Produk Makanan Korea *Bulgogi*

3. Pengaruh Literasi Halal terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk makanan Korea Bulgogi

Pemahaman adalah suatu cara sistematis dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri setelah sesuatu itu diketahui dan di ingat, dan *literasi Halal* merupakan suatu kemampuan dalam memahami, memiliki pengetahuan, kesadaran serta keterampilan dalam mengenali suatu produk yang ingin dikonsumsi oleh seorang konsumen, dan pemahaman dari *Literasi Halal* menjadi sebuah kemampuan bagi konsumen dalam membedakan suatu barang (Produk) dan jasa baik dari segi kehalalan atau haramnya berlandaskan hukum syariat islam, dengan adanya landasan dalam pemahaman *literasi Halal* bagi Konsumen akan membentuk sebuah Minat beli Bagi konsumen untuk dapat membeli suatu Produk, contohnya pada topik produk yang dibicarakan dalam penelitian ini yaitu Makanan Korea *Bulgogi*, dengan adanya pemahaman *Literasi Halal* bagi seorang konsumen, tidak hanya dari mengikuti Tren *Hallyu* Maka akan membuat keputusan tepat dalam memiliki Minat Beli terhadap produk makanan Korea *Bulgogi*. (Pratama & Hartati, 2020)

Penelitian yang dilakukan Oleh (Pratama & Hartati, 2020) menunjukkan bahwa secara *parsial* dan *simultan* literasi Halal memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumsi produk halal pada mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Literasi Halal* Memiliki Korelasi sangat Kuat dengan Konsumsi Produk Halal dan mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 80,7% terhadap konsumsi produk halal. Penelitian oleh (Setyowati & Anwar, 2022) juga menunjukkan bahwa *literasi Halal* secara *parsial* dan *simultan* berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi produk Halal di Kabupaten Madiun dengan peran kontribusi sebesar 42,8%

H₀ : Literasi Halal tidak berpengaruh Terhadap Minat Beli Generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk Makanan Korea *Bulgogi*

H₃ : Literasi Halal Berpengaruh Terhadap Minat Beli Generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk Makanan Korea *Bulgogi*

4. Pengaruh Korean Wave, Halal Awareness, Literasi halal terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta

Korean Wave merupakan Fenomena Global yang mempengaruhi kebanyakan generasi Z di seluruh dunia yang terkhusus di Inonesia yang mayoritas penduduknya beragama muslim, *Korean Wave* mempengaruhi generasi Z mulai dari Drama Televisi, Flim, *variety Show*, Busana, Hingga kuliner dari Korea Selatan itu sendiri, dan hal tersebut juga tidak terlepas dari jati diri seorang dari negara yang salah satunya sebagai negara yang mayoritas muslim, banyak regulasi dari pemerintah maupun hukum syariat itu sendiri yang harus kita patuhi dalam mengkonsumsi produk, perlu adanya landasan dari pengetahuan seorang muslim dari literasi Halal hingga kesadaran dari kita setelah mengetahui bahwasannya dalam mengkonsumsi produk seperti makanan, kita perlu mengetahui proses pengelolaan dalam makanan yang diperjual belikan kepada kita.

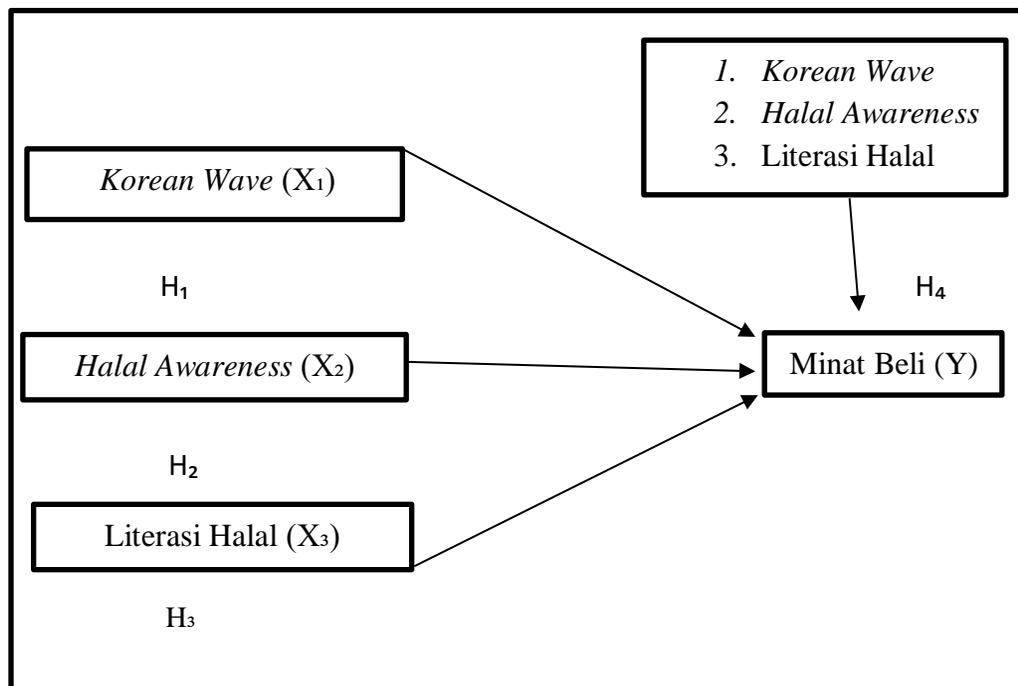
Penelitian yang dilakukan oleh (Hendradewi et al., 2021) menunjukkan bahwa factor yang mempengaruhi minat beli remaja pada mie instan korea tidak di lihat dari label halal saja tapi karena remaja tersebut sangat menyukai budaya Korea dari segala makanan, pakaian, music, film, tarian, kosmetik, dan sebagainya. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh (Vizano et al., 2021) membuktikan bahwa kesadaran halal dapat memoderasi pengaruh niat beli terhadap perilaku pembelian produk makanan halal. Semakin tinggi kesadaran konsumen akan produk halal, maka semakin besar hubungan antara minat beli dengan perilaku pembelian halal. Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini juga menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan factor kesadaran halal berupa peningkatan hubungan minat beli dengan perilaku pembelian produk pangan yang halal. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Setyowati & Anwar, 2022) juga menunjukkan bahwa literasi Halal secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi produk Halal di Kabupaten Madiun dengan peran kontribusi sebesar 42,8%

H₀ : *Korean Wave*, *Halal Awareness*, Literasi Halal tidak berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada produk makanan Korea *Bulgogi*.

H₄ : *Korean Wave*, *Halal Awareness*, Literasi Halal berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada produk makanan Korea *Bulgogi*

D. Kerangka Berfikir

Berdasarkan hipotesis di atas maka dapat diambil kerangka berfikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman atau penuntun peneliti pada seluruh proses penelitian. (Nursalam, 2003) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistic objek melalui perhitungan Ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survey untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan responden. (Ahmad, 2016) sumber data pada penelitian ini berupa penjelasan terkait penelitian ini yang sebelumnya sumber dari penelitian ini diambil dari studi Pustaka, dan fenomena pada generasi Z lalu membuat kuesioner untuk memngumpulkan data untuk penelitian dan kemudian di analisis dengan menggunakan metode kuantitatif, alasan penggunaan metode tersebut untuk dapat mempermudah analisis dengan data sampel yang banyak dalam analisis dan analisis dalam penelitian melalui sampel dapat menjadi objektif setelah di uji dalam analisis. Metode dalam analisis ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu memberikan gambaran keadaan suatu fenomena yang telah melalui alat ukur lalu dianalisis lebih lanjut. (Sukandarrumidi, 2006) digunakannya analisis pendekatan *deskriptif* dengan menggunakan *regresi linier berganda*, guna memperoleh gambaran lengkap mengenai kesadaran halal terhadap minat beli generasi Z yang ada di kota Yogyakarta.

Sumber referensi data pada penelitian ini melalui Pustaka jurnal – jurnal mengenai *Korean Wave*, *Halal Awareness*, *Literasi Halal*, Minat beli yang diambil dari tahun 2016-2022, pengumpulan data untuk penelitian ini diambil melalui data kuesioner yang di isi oleh responden, kuesioner tersebut juga berisi terkait pertanyaan pengetahuan responden terkait makanan korea seperti *bulgogi* dan pertanyaan mengenai pengetahuan mereka terhadap gelombang korea yang mereka sukai dari awal menggemari sampai detik ini, kemudian di uji dan di analisis berdasarkan *regresi linier berganda*, yang guna dari regresi ini digunakan untuk mempelajari hubungan antar *variable* tidak bebas terhadap satu atau lebih *variable* yang bebas dengan tujuannya yaitu memperkirakan atau meramalkan nilai rata – rata dari *variable* yang tidak bebas apabila nilai *variable* besarnya sudah dapat diketahui.

B. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Provinsi D.i Yogyakarta sebagai tempat dilaksanakan penelitian ini, dan waktu yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan maret s/d bulan mei tahun 2023.

C. Objek dan Subjek penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang dapat menjawab maupun menjelaskan tentang sesuatu keadaan sesungguhnya dari objek tersebut sehingga dapat menggambarkan tujuan dari suatu penelitian. (pakpahan, 2021) objek penelitian merupakan suatu masalah yang akan diteliti, dalam penulisan ini yang menjadi objek penelitian ini yaitu. Objek yang menjadi *variable* bebas atau *independent variable* adalah *Korean Wave* (X1), *Halal Awareness* (X2), Literasi Halal (X3) dan yang akan menjadi *variable* terikat atau *dependent variable* adalah Minat Beli (Y). penelitian ini dilakukan untuk mengukur Kesadaran halal bagi konsumen pecinta budaya Korea. Serta yang menjadi subjek pada penelitian ini yaitu generasi Z yang menggemari budaya dan kuliner Korea di Yogyakarta.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang diteliti dan memiliki karakteristik yang jelas dan lengkap, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi. (Arifin, 2008)

Populasi dari penelitian ini adalah remaja pecinta makanan korea yang ada di kota Yogyakarta dan sampel yang diambil yaitu perwakilan dari populasi atau responden remaja pecinta makanan korea yang diambil dari kuesioner penelitian.

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian (Amirullah, 2017) dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk dapat menentukan besaran sampel pada penelitian ini.(Suwitho, 2022)

$$n = \frac{z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95 % = 1,96%

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)}{0.10^2}$$

$$n = 96.04 \approx 100$$

Dari perhitungan tersebut diperoleh sampel sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100, sampel pada penelitian ini yaitu merupakan generasi Z yang menggemari budaya dan kuliner Khas Korea yang berjumlah 100 Responden. Pada peneliyian ini pengambilan sampelnya menggunakan Teknik *purposive sampling*, *Purposive Sampling* yaitu merupakan Teknik pengambilan sample dengan tanpa bersumber pada random, wilayah maupun strata , melainkan bersumber pada terdapatnya pandangan yang berfokus pada tujuan tertentu. (Lenaini, 2021)

E. Sumber Data dan Teknik pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu yang pertama. Melalui metode studi Pustaka, yang dimana pengumpulan data melalui pengkajian buku – buku literatur, jurnal – jurnal ilmiah, dalam hal ini untuk memperoleh landasan teori dalam penelitian yang akurat dalam menuliskan penelitian sesuai data dari penelitian terdahulu kemudian disempurnakan dalam penelitian Ini melalui metode Pustaka. Yang kedua, sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer, menurut (Sunyoto, 2014) data primer adalah data yang asli dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti sebagai alat jawab rumusan masalah pada penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari kuesioner yang diberikan kepada generasi Z yang ada di Provinsi D.i Yogyakarta.

b. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil data wawancara yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner yang dikirimkan kepada Generasi Z melalui media sosial. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan atau juga pernyataan tertulis kepada responden, selanjutnya kuesioner tersebut di isi oleh para responden sesuai keinginan mereka secara independent dan tanpa paksaan, dan setelah terisi jawaban dari kuesioner tersebut lalu

selanjutnya dilakukan analisis untuk memperoleh data informasi dalam penelitian. (herlina, 2019)

Teknik pengumpulan data pada sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling pada generasi Z yang ada di D.i Yogyakarta, Kuesioner disusun menggunakan *platform Google Form*, lalu disebarikan kepada responden melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Twitter*. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan data berupa jawaban dan informasi yang diberikan responden yang terdiri dari data diri responden dan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden.

F. Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban atas yang sudah dirumuskan berupa kesimpulan peneliti, dan oleh sebab itu penelitian tidak akan jalan tanpa adanya variable yang diteliti, sebab variable merupakan objek utama dalam penelitian, untuk menentukan variable harus dengan dukungan teoristis yang diperjelas melalui hipotesis penelitian, dan defenisi tersebut dijelaskan dalam buku metodologi penelitian yang dibuat oleh (sahir, 2021), dalam *variable* penelitian terdapat 4 variabel, diantaranya yaitu variable terikat (*dependent*) dan *variable* bebas (*independent*), *variable* terikat adalah variable yang tergantung pada *variable* lainnya, sedangkan *variable* bebas adalah *variable* yang tidak tergantung pada *variable* yang lainnya.

1. Variabel Independent (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu:

a) Korean Wave (X1)

Korean wave atau *Hallyu* adalah fenomena mengalirnya budaya korea selatan ke dalam dunia internasional, fenomena ini mengalir berupa drama, film, music, Bahasa, budaya, fashion, kosmetik, hingga makanan.(Ri'aeni, 2019)

Menurut (Ri'aeni, 2019) *variable Korean Wave* didefinisikan berdasarkan indikator berikut:

Tabel 3.1 indikator Variabel Korean Wave

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
----	----------	-----------	-----------------	------------------

1.	<p style="text-align: center;"><i>Korean Wave</i> (Puspitasari et al., 2023), (Lupitasari E, 2022)</p>	<p>Pemahaman (Understanding)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya Mengetahui apa itu Korean Wave 2. Saya Mengetahui Jenis – Jenis Korean Wave 3. Saya merasa bahwa saya benar benar memahami budaya Korea selatan dan kuliner korea selatan. 	Likert
<p>Sikap dan perilaku (Attitude dan Behavior)</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya Merasa bahwa makanan dari tayangan K – Drama cocok untuk saya Konsumsi. 2. Saya merasa bahwa saya tertarik untuk mencoba produk makanan bulgogi dan memiliki kesan yang baik untuk bisa mencoba produk tersebut jika ada kesempatan. 3. Jika saya tidak dapat menikmati produk makanan bulgogi di restoran korea, saya memiliki alternatif lain untuk mencoba produk yang hampir mirip dan serupa. 	Likert	
<p>Persepsi (perception)</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa bahwa makanan olahan daging bulgogi terlihat menggiurkan dan lezat. 2. Saya merasa bahwa makanan olahan Daging bulgogi cocok untuk dijadikan makanan Pokok. 3. Meskipun saya tertarik terhadap produk yang berasal dari korea 	Likert	

			selatan, sebagai muslim saya memiliki keraguan karena makanan tersebut berasal dari negara yang non muslim.	
		Imitasi (imitation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya Merasa dengan membeli produk bulgogi, saya dapat merasakan pengalaman idol saya ketika idol saya memakan produk bulgogi. 2. Saya merasa dengan mencoba produk makanan bulgogi, saya memiliki rasa bangga pada individu saya karena telah mencoba produk yang telah dimakan oleh Idol Saya. 3. Saya meyakini bahwa jika saya telah mencoba produk makanan bulgogi saya mendapatkan atensi oleh kelompok komunitas k-pop yang saya ikuti. 	

Sumber: (Puspitasari et al., 2023) dan (Lupitasari E, 2022)

b) Halal Awareness (X2)

sedangkan Kesadaran Halal adalah sebuah pengetahuan, pemahaman atau perasaan akan suatu hal benar terhadap aturan batin dan aturan agama yang dimiliki seorang umat Islam dalam mengetahui masalah terkait konsep Halal. Dan kesadaran halal merupakan

kemampuan untuk dapat memahami, merasakan dan menjadi sadar oleh peristiwa dan objek.(Hendradewi et al., 2021)

Menurut (Hendradewi et al., 2021) Variabel *Halal Awareness* didefinisikan berdasarkan *indikator* berikut:

Tabel 3. 2 indikator Variabel Halal Awareness

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
2.	Halal Awareness (Hendradewi, 2021)	Pemahaman Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai seorang Muslim/Muslima saya memahami status Hukum Halal. 2. Saya memperhatikan informasi Halal ketika akan memakan sesuatu. 3. Sebagai seorang muslim/Muslima saya akan selalu mengkonsumsi makanan halal. 4. saya merasa akan mencoba olahan daging bulgogi apabila terdapat label halal direstoran Korea 5. Saya selalu mencari makanan olahan daging bulgogi yang bersertifikasi Halal. 	Likert
		Proses Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa bahwa proses pengelolaan daging dalam pembuatan bulgogi masih diragukan dalam syariat islam. 2. Saya meyakini bahwa pengelolaan produk makanan bulgogi sudah sesuai dengan standar sertifikasi halal berdasarkan syariat hukum islam dan fatwa MUI. 3. Saya meyakini bahwa proses pengelolaan makanan bulgogi sudah mendapatkan pengawasan dalam penyajiannya, dan bisa diyakini bahwa produk tersebut halal. 	Likert

Sumber: (Hendradewi et al., 2021)

c) Literasi Halal (X3)

literasi Halal merupakan suatu kemampuan dalam memahami, memiliki pengetahuan, kesadaran serta keterampilan dalam mengenali suatu produk yang ingin dikonsumsi oleh seorang konsumen. (Setyowati & Anwar, 2022)

Menurut (Setyowati & Anwar, 2022) *variable Literasi Halal* didefinisikan berdasarkan *indicator* berikut:

Tabel 3.3 indikator Variabel Literasi Halal

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
3.	Literasi Halal (Anis Setyowati, 2022)	kesadaran Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengonsumsi makanan halal adalah hal penting bagi saya. 2. Sebagai Seorang muslim/muslima saya meyakini bahwa mencari informasi terkait status kehalalan produk makanan merupakan sebuah kewajiban moral saya dalam mengonsumsi makanan. 3. Sebagai seorang Muslim/Muslima, saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat membedakan antara mengonsumsi sesuatu yang diizinkan dan yang dilarang berdasarkan syariat islam. 	Likert
Bahan Makanan		<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan-bahan yang terdapat pada produk halal merupakan bahan bahan yang teruji kehalalannya ditandakan dengan adanya logo halal. Karena Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan. 2. Saya meyakini bahwa bahan – bahan dalam pengelolaan produk makanan bulgogi, berdasarkan bahan bahan yang halal. 	Likert	
Sertifikasi Halal		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengetahui bahwa produk makanan olahan daging seperti bulgogi yang berasal dari Korea 	Likert	

			<p>Selatan sudah melewati pengelolaan makanan berdasarkan sertifikasi Halal MUI.</p> <p>2. Saya merasa bahwa masih ada restoran yang mengelola menu produk makanan bulgogi yang belum melewati proses sertifikasi halal, dan masih minim informasi terkait kehalalan kepada konsumen.</p>	
--	--	--	---	--

Sumber: (Setyowati & Anwar, 2022)

2. Variabel dependent (Y)

Variabel Terikat dalam penelitian ini yaitu:

a) Minat beli (Y)

Minat beli adalah rencana Sadar individu dalam melakukan upaya untuk membeli suatu produk, minat beli dapat dikatakan keinginan seorang dalam membeli produk, dan minat beli dapat mencerminkan perilaku jangka pendek konsumen pada masa yang akan datang untuk keputusan pembelian di masa depan. (Oktavianingtias & Muslichah, 2021)

Menurut (Oktavianingtias & Muslichah, 2021) *variable* Minat beli didefinisikan berdasarkan *indikator* sebagai berikut:

Tabel 3. 4 indikator Variabel Minat beli

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
4.	Minat beli (Oktavianingtias, 2021)	Daya Tarik Beli	<p>1. Saya merasa bahwa makanan bulgogi yang saya lihat dari tayangan K – Drama dan konten mukbang membuat saya tergiur.</p> <p>2. Saya tertarik dengan produk makanan Olahan daging Bulgogi</p> <p>3. Saya mencari informasi mengenai Makanan Olahan daging Bulgogi khas Korea Selatan.</p>	Likert

		Keinginan membeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya yakin cita rasa dari produk makanan olahan daging Bulgogi Khas Korea Selatan dapat memuaskan saya. 2. Saya memiliki rasa keinginan untuk mencoba makan produk makanan olahan daging Bulgogi Khas Korea Selatan. 3. Saya merasa produk makanan bulgogi tidak semuanya cocok untuk lidah orang Indonesia. 	Likert
--	--	-------------------	---	--------

Sumber: (Oktavianingtias & Muslichah, 2021)

G. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan, mengelola, menganalisa dan menyajikan data – data secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk memecahkan suatu persoalan atau juga menguji suatu hipotesis. (Nasution, 2016) Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket, penggunaan kuesioner ini dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada seorang responden, lalu responden dapat mengisi pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner tersebut dengan niat hati yang dijalankan oleh diri sendiri dan tanpa ada paksaan dari peneliti. Sehingga hasil jawaban yang diperoleh dari kuesioner nantinya dapat memberikan informasi dan data untuk dioleh oleh peneliti. Pembuatan kuesioner tersebut dilakukan secara online dengan menggunakan *platform google form* yang disebarkan kepada gen Z yang ada di D.i Yogyakarta, lalu media penyebaran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi sosial media seperti *Whatsapp messenger, Instagram dan Twitter*, untuk mengetahui serta mendapatkan jawaban yang diberikan oleh responden, maka peneliti menggunakan *skala likert*.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau juga pendapat seseorang maupun kelompok mengenai sebuah peristiwa ataupun fenomena sosial. (Viktor Handrianus Pranatawijaya, 2019) Skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Keterangan Skala likert

No	Pernyataan	Kode
1.	Sangat tidak Setuju	STS
2.	Tidak Setuju	SS
3.	Netral	N
4.	Setuju	S
5.	Sangat Setuju	SS

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis linier berganda, linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variable independent dengan variable dependent yang dibantu proses analisis menggunakan software SPSS dengan menggunakan Teknik statistic.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel, analisis deskriptif dilakukan dengan menguji hipotesis deskriptif, dalam penelitian ini uji statistic deskriptif bertujuan untuk menganalisis karakteristik dari responden yang terdiri mulai dari Nama, jenis kelamin dan umur. (Nasution, 2017)

2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, dan pada dasarnya uji ini mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaanyang digunakan dalam penelitian. Dan suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaannya dinilai mampu dalam mengungkapkan suatu yang akan diukur dalam kuesioner. (Darma, 2021)

Untuk Uji Signifikasi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dan derajat kebebasan sebesar ($df = n2$) dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$. Jika r hitung $>$ dari pada r tabel dan hasil nilainya positif, maka dipastikan pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Tetapi jika r hitung $<$ dari pada r tabel maka dipastikan pertanyaan tersebut tidaklah valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah dihasilkan dapat diandalkan dan bersifat Tangguh, serta pada dasarnya uji reliabilitas mengukur variable yang digunakan melalui pertanyaan yang digunakan. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban dari seorang responden pada pertanyaan dinyatakan konsisten. (Darma, 2021) Uji reliabilitas pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS, yaitu dengan uji statistic Cronbach Alpha, dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Cronbach Alpha $> 0,60$ maka data tersebut dinyatakan reliabel
- b) Cronbach Alpha $< 0,60$ maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistic yang harus dipenuhi untuk analisis regresi linier berganda, dalam model regresi ada beberapa syarat yang harus dipenuhi agar asumsi yang dibuat dapat menjadi asumsi yang valid sebagai alat yang dapat meramal analisis. Dan apabila syarat tersebut terpenuhi, maka model regresi linier dikatakan BLUE. BLUE adalah singkatan dari *Best linier Unbiased Estimation*. Dalam memenuhi syarat tersebut dapat dilakukan dengan pengujian asumsi klasik yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model *regresi*, variable terikat dan variable bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi yang normal atau juga mendekati normal.

a) Pengujian P – plot Regression

Hal ini dilakukan untuk melihat gambar pada *P – plot regression* pada hasil uji melalui *SPSS*. Dan kriteria dalam pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- a). jika data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi hasil normalitas.
- b). jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b) Uji Kolmogorov Smirnov

Uji *kolmonorov Smirnov* merupakan pengujian normalitas yang banyak digunakan, terutama setelah banyaknya program statistic yang beredar. Kelebihan pada pengujian ini adalah uji yang sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan dalam persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi dalam uji normalitas dengan menggunakan grafik.

Kosep dasar pada pengujian uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, dengan membandingkan distribusi data dengan distribusi normal yang baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z – Score* dan diasumsikan normal. Yang sebenarnya uji *Kolmonorov Smirnov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data yang baku. Pada uji Kolmogorov penerapan pada ujinya bahwa jika signifikan dibawah 0,05 berarti data yang akan di uji mempunyai perbedaan.

5. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk dapat memastikan apakah didalam model *regresi* ada *interkorelasi* atau *kolinearitas* antar variable bebas, *interkorelasi* merupakan hubungan yang *linier* atau hubungan yang kuat antara satu variable bebas atau variable predictor lainnya didalam sebuah model *regresi*. Interkorelasi itu dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi antara variable bebas, nilai *VIF* yang melebihi 4 atau 5.

6. Uji Heteroskedasitas

Uji *Heteroskedasitas* adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah didalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Kondisi pada *heteroskedasitas* sering terjadi pada data *cross section*, atau juga data yang diambil dari data responden pada waktu tertentu. Untuk dapat mendeteksinya dapat menggunakan uji *Lm (Large Multiplier)* dengan menggunakan formula $LM = R_2 \times N$. yang dimana R_2 diperoleh dari *regresi e* terhadap *Y* stimasi yang *N* merupakan besarnya observasi, dan apabila $R_2 \times N$ lebih kecil dari 9,2 maka standar error (*e*) tidak mengalami *Heteroskedasitas*, dan sebaliknya apabila $R_2 \times N$ lebih besar

dari 9,2 maka error mengalami *heteroskedasitas*. (Marwan Effendy, 2009)

7. Uji Autokorelasi

Uji *Autokorelasi* adalah sebuah analisis statistic yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variable yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Dalam uji autokorelasi digunakan uji *Durbin Watson*. Yaitu merupakan uji autokorelasi yang menilai adanya autokorelasi pada residual. Uji *Durbin Watson* menghasilkan nilai *Durbin Watson*(DW). Yang dimana nantinya akan dibandingkan dengan dua nilai *Durbin Watson* Tabel, yaitu *Durbin Upper* (DU) dan *Durbin Lower* (DL). Jika tidak terdapat autokorelasi jika nilai $DW > DU$ dan $(4-DW) > DU$ atau bisa dinotasikan juga seperti berikut:
 $(4-DW) > DU < DW$.

8. Uji Linieritas

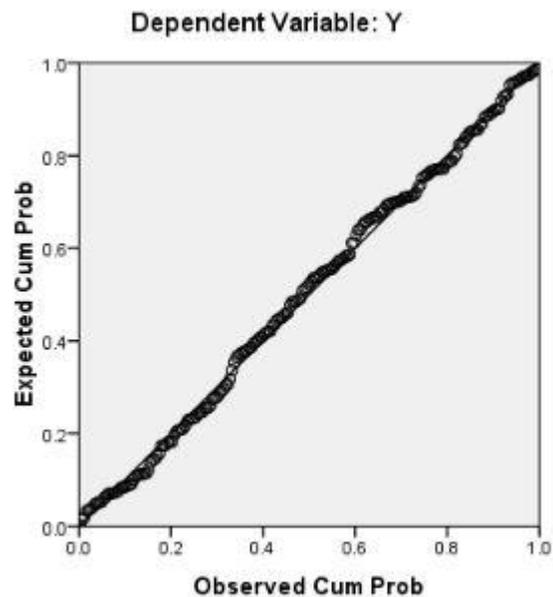
Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variable bebas dan variable terikat bersifat linier atau tidak, hasil dari uji linieritas ini adalah informasi apakah model empiris dari penelitian sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik. Untuk menguji datanya linier atau tidak pada model data, maka digunakan metode analisis grafik dan metode statistic, dan terdapat 2 fungsi yang digunakan didalam software aplikasi SPSS untuk dapat melakukan pengujian pada linieritas yaitu fungsi Scatter Plot Graph dan Compare Means. Pengambilan keputusan untuk menguji linieritas yaitu jika signifikansi pada $linierity > 0,05$, maka hubungan antara dua variable tidak linier, namun jika signifikansi pada $linierity < 0,05$, maka hubungan diantara dua variable dinyatakan linier. (Dewi, 2012)

9. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *regresi linier* berganda adalah hubungan secara liner antara dua atau lebih *variable independent* (X_1, X_2, X_3) dengan *variable dependent* (Y). analisis ini berfungsi untuk mengetahui Arah antara hubungan variable independent dengan variable dependent jika masing – masing variable independent berhubungan positif atau negative, untuk mengetahui atau memprediksi nilai dari variable dependen apabila nilai *variable independent* mengalami kenaikan atau

penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval dan rasio, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$



Gambar 3.1 Contoh Grafis Regresi Linier Berganda

(Sumber: <https://www.statistikian.com/>)

Keterangan:

Y = Variabel terikat atau variable response

X = Variabel bebas atau variable predictor

α = Konstanta

β = Slope atau koefisien estimate

e = Error

a. Uji T

Uji T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya terhadap masing – masing *variable independent* secara parsial terhadap *variable dependen*. Dengan menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05, dan membandingkan T hitung dengan T tabel apabila T hitung > T tabel maka *variable independent* yang diterima dinyatakan signifikan.

b. Uji F

Uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya terhadap seluruh *variable independent* secara simultan terhadap *variable*

dependen. Dengan menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05. Lalu membandingkan F hitung dengan tabel F, jika F hitung > F tabel maka *variable independent* secara simultan berpengaruh terhadap *variable dependen*.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan dalam mengukur berapa besar pengaruh *variable independent* secara simultan terhadap *variable dependen*. *Koefisien Determinasi (R^2)* juga berfungsi dalam mengetahui berapa persen (%) pengaruh yang diberikan oleh *variable independent* terhadap *variable dependen*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil temuan dari penelitian dan pada bab ini membahas tentang hasil penelitian yang dilakukan, Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis *deskriptif*, uji asumsi klasik, *analisis regresi linear berganda* serta uji hipotesis. Analisis uji hipotesis yang digunakan dalam menguji seperti *regresi linear berganda*, di uji menggunakan aplikasi *software IBM SPSS Statistic* versi 26.

A. Analisis Data

1. Deskripsi Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan melalui sosial media kepada pemuda/i muslim *Gen Z* yang menyukai *Entertainment* dan Kuliner Korea Selatan seperti olahan daging *bulgogi* yang berjumlah responden pada pengisian kuesioner sebanyak 100 responden. Hal tersebut dilakukan oleh peneliti agar bisa mendapatkan gambaran yang berisi tentang latar belakang karakteristik dari responden yang mengisi kuesioner. Adapun Karakteristik responden yang tercantum dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Pada penelitian ini penulis, penulis mengumpulkan responden dari pemuda/I muslim yang berasal dari *gen z* sebanyak 100 responden, berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden yang telah menjawab pertanyaan dari kuesioner, dapat diketahui dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki – Laki	35	35%
1	Perempuan	65	65%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis,2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat di jelaskan bahwa karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, dari jenis kelamin laki – laki berjumlah sebesar 35 responden dan presentasinya sebesar 35% dan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 65 dan

untuk persentasenya sebesar 65%, maka dapat disimpulkan karakteristik responden dari jenis kelamin perempuan lebih banyak dari responden yang berjenis kelamin laki – laki.

b. Karakteristik responden berdasarkan umur

Karakteristik responden berdasarkan umur diambil berdasarkan kriteria umur dari *gen z*, yang terdiri dari mulai kelahiran 1995 – 2010, dan umur yang diperoleh berdasarkan jawaban dari kuesioner, di antara lain:

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	18 – 20 Tahun	6	6%
2	21 – 23 Tahun	85	85%
3	24 – 27 Tahun	9	9%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Tingkat usia responden yang terbanyak yaitu pada rentang umur 21 – 23 tahun yaitu sebesar 85% atau sebanyak 85 orang, dan untuk usia 24 – 27 tahun sebesar 6% atau sebanyak 9 orang, dan untuk usia yang sedikit yang menjawab yaitu pada rentang umur 18 – 20 tahun yaitu sebesar 6% atau 6 orang.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Frekuensi	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Rata - rata	Deviasi Standar
Minat Beli	100	18	30	26.02	2.712
<i>Korean Wave</i>	100	21	50	37.49	6.324
<i>Halal Awareness</i>	100	28	40	34.21	2.948
<i>Literasi Halal</i>	100	22	35	28.57	3.294

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa minat beli sebagai variabel dependen (Y), memiliki nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum sebesar 30, serta untuk nilai rata – ratanya yaitu sebesar 26.02, maka dapat dijelaskan bahwa responden memiliki minat beli yang kurang pada produk makanan bulgogi.

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel *Korean Wave* sebagai variabel independen (X1), memiliki nilai minimum sebesar 21, untuk nilai maksimumnya sebesar 50, dan untuk nilai rata – rata sebesar 37.49 maka dapat dijelaskan bahwa responden yang memahami *Korean wave* masih kurang dalam memiliki minat beli pada produk makanan bulgogi.

Dapat dilihat dari tabel diatas, diketahui bahwa variabel *Halal Awareness* sebagai variabel independen (X2), memiliki nilai minimum sebesar 28, untuk nilai maksimum sebesar 40, dan untuk nilai rata ratanya sebesar 34.21 maka dapat dijelaskan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran halal yang kurang saat memiliki minat beli pada produk makanan *bulgogi*.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui variabel Literasi Halal sebagai variabel independent (X3), memiliki nilai minimum sebesar 22, untuk nilai maksimum sebesar 35, dan pada nilai rata ratanya sebesar 28.57 maka dapat dijelaskan bahwa responden masih kurang dalam menggabungkan pemahaman literasi halal saat memiliki minat beli pada produk makanan bulgogi.

3. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dalam penelitian sebagai alat pengukuran valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan yang diajukan kepada responden dapat diungkapkan pada sesuatu yang digunakan dalam mengukur menggunakan kuesioner, pada uji signifikansi sangat diperlukan dalam membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel pada derajat kebebasan ($df=n-2$) dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha =0.05$. Dan apabila r hitung dapat melebihi r tabel dengan nilai yang tinggi atau nilai yang positif, pertanyaan dan indikator yang diajukan dapat dikatakan valid. Untuk dapat menentukan nilai r tabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r \text{ tabel} &= n - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 (0.1966) \end{aligned}$$

Dan hasil yang diperoleh sebesar 98, untuk nilai r tabelnya sebesar 0.1966. Dalam menguji validitas penulis menggunakan aplikasi *software IBM SPSS Statistik* versi 26. Untuk nilai yang diperoleh dari pengelolaan data dari aplikasi *SPSS* sebagai berikut:

a. Variabel Independen

a) *Korean wave*

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel *Korean wave*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.570	0.1966	VALID
X1.2	0.598	0.1966	VALID
X1.3	0.662	0.1966	VALID
X1.4	0.721	0.1966	VALID
X1.5	0.669	0.1966	VALID
X1.6	0.399	0.1966	VALID
X1.7	0.605	0.1966	VALID
X1.8	0.646	0.1966	VALID
X1.9	0.767	0.1966	VALID
X1.10	0.738	0.1966	VALID

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Diketahui dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* (X1) terhadap minat beli produk makanan bulgogi memiliki hasil pengujian yang valid dari tiap item pertanyaan. Untuk hasil dari nilai r hitung memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r tabel maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dari variabel *Korean wave* (X1) dapat dikatakan layak untuk digunakan pada penelitian.

b) *Halal awareness*

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel *Halal awareness*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.549	0.1966	VALID
X1.2	0.530	0.1966	VALID
X1.3	0.574	0.1966	VALID
X1.4	0.555	0.1966	VALID
X1.5	0.413	0.1966	VALID
X1.6	0.328	0.1966	VALID
X1.7	0.432	0.1966	VALID
X1.8	0.549	0.1966	VALID

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel *halal awareness* (X2) terhadap minat beli produk makanan bulgogi memiliki nilai kriteria yang valid pada setiap item pertanyaan, yang diperoleh dari hasil yang diolah memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabelnya, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel *halal awareness* dapat dipercaya layak untuk dilanjutkan sebagai variabel yang digunakan pada penelitian ini.

c) Literasi halal

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Halal

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.517	0.1966	VALID

X1.2	0.625	0.1966	VALID
X1.3	0.583	0.1966	VALID
X1.4	0.579	0.1966	VALID
X1.5	0.558	0.1966	VALID
X1.6	0.617	0.1966	VALID
X1.7	0.366	0.1966	VALID

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variabel literasi halal (X3) memiliki kriteria yang valid dalam setiap item pertanyaan yang di uji validitasnya. Untuk hasil r hitung pada variabel ini lebih besar dari r tabel, maka dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan di variabel ini layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

b. Variabel dependen

a) Minat beli

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat beli

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.517	0.1966	VALID
X1.2	0.625	0.1966	VALID
X1.3	0.583	0.1966	VALID
X1.4	0.579	0.1966	VALID
X1.5	0.558	0.1966	VALID
X1.6	0.617	0.1966	VALID
X1.7	0.366	0.1966	VALID

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Diketahui pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa pada setiap item pertanyaan pada variabel minat beli (Y) memiliki hasil nilai pada r hitung lebih besar dari pada r tabel. Sehingga dapat dijelaskan bahwa hasil yang diperoleh valid dan layak digunakan untuk melanjutkan penelitian pada tahap pengujian selanjutnya.

4. Uji Reliabilitas

Menurut Budi Darma pada bukunya (Darma, 2021), uji reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan atau yang diperoleh dapat diandalkan atau bersifat Tangguh. Uji reliabilitas digunakan untuk dapat menghitung reliabel atau tidaknya suatu kuesioner, untuk dapat mengetahui reliabel atau tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat apabila responden menjawab pertanyaan dengan konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi software *IBM SPSS Statistik* versi ke 26, cara pengujiannya yaitu dengan cara uji pada statistik *Cronbach's Alpha*. Untuk dapat dikatakan bahwa kuesioner bernilai baik, jika reliabilitasnya memiliki nilai positif atau lebih dari 0.60. Untuk hasil uji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini yaitu:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Korean wave (X1)	0.893	Reliable
Halal Awareness (X2)	0.768	Reliable
Literasi halal (X3)	0.805	Reliable
Minat beli (Y)	0.763	Reliable

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *korean wave* (X1) sebesar 0.893, untuk dapat dikatakan reliabel nilai dari *Cronbach's Alpha* variabel *Korean wave* > 0.60. Untuk nilai dari variabel ini bernilai “Tinggi” sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel ini sangat layak digunakan dan diujikan pada tahap pengujian berikutnya.

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* pada variabel halal awareness (X2) sebesar 0.768, untuk dikatakan reliabel nilai dari *Cronbach's Alpha* variabel halal awareness harus lebih besar dari 0.60. Dan untuk nilai dari variabel halal awareness bernilai “Tinggi” sehingga setiap item pertanyaan dari variabel ini layak digunakan dan diujikan untuk tahap pengujian berikutnya.

Di tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa *Cronbach's Alpha* dari variabel literasi halal (X3) bernilai 0.805, untuk nilai dari variabel ini *Cronbach's Alpha* variabel literasi halal > 0.60. nilai dari variabel ini terbilang “tinggi” sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian tahap berikutnya.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel minat beli (Y) sebesar 0.763, untuk dapat dikatakan reliabel nilai dari *Cronbach's Alpha* variabel minat beli > 0.60. Untuk nilai dari variabel ini bernilai “Tinggi” sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel ini sangat layak digunakan dan diujikan pada tahap pengujian berikutnya.

5. Uji Asumsi Klasik

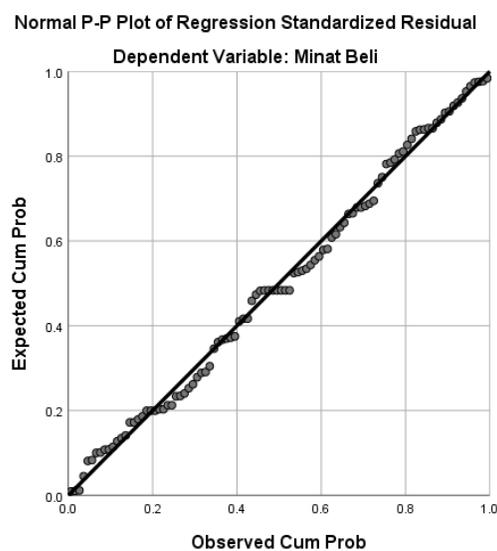
a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data empiric yang telah didapatkan telah sesuai dengan distribusi teoritik tertentu, uji normalitas digunakan untuk dapat mengukur apakah data yang telah didapatkan telah terdistribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas penelitian ini menggunakan uji *P – plot Regression* dan uji *Kolmogorov Smirnov* tujuannya yaitu berguna untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilihat dengan mengamati nilai *Asymp-sig (2-tailed)* (Haniah, 2013), untuk dapat dikatakan nilai dari uji normalitas terdistribusi normal, dapat dilihat kriterianya sebagai berikut:

Nilai Sig > 0.05 : maka data residualnya terdistribusi secara normal

Nilai Sig < 0.05 : maka data residualnya tidak terdistribusi secara normal

a) Uji P – plot Regression



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P – plot Regression

(Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023)

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa garis titik residual pada grafik P - plot Regression melewati garis diagonal dan garis titik residual melingkari garis diagonal, maka dapat disimpulkan telah lulus uji Normalitas dan dapat melanjutkan untuk uji regresi.

b) Uji Kolmogorov Smirnov

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08284405
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.042
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk besaran pada nilai signifikansi memiliki nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.200, dapat diketahui karena $>$ dari 0.05, maka dapat dijelaskan bahwa data terdistribusi secara normal dan untuk asumsi pada uji normalitas telah lengkap dan telah memenuhi syarat untuk dapat melanjutkan pada tahap uji regresi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas didalam suatu penelitian memiliki unsur yang sama, atau bisa dijelaskan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk dapat mengetahui apakah model regresi yang telah ditemukan terdapat adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak, dan juga menguji apakah data tersebut terjadinya gejala multikolinearitas atau tidak dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF. Jika nilai dari *Tolerance* lebih besar dari nilai 0.10 maka dapat disimpulkan hasil yang didapat dari data tidak terjadi multikolinearitas didalam model regresi, namun jika nilai dari *Tolerance* lebih kecil dari 0.10 maka dapat dipastikan bahwa terjadi multikolinearitas didalam model regresi. (Widana & Muliani, 2020)

Untuk dapat mengetahui bahwa data tersebut terdapat multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai VIF yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai dari $VIF < 10.00$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai dari $VIF > 10.00$ maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Korean Wave	.823	1.215
	Halal Awareness	.456	2.193
	Literasi Halal	.438	2.285

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dari hasil uji multikolinearitas, nilai dari VIF pada setiap variabel independent memiliki nilai $VIF < 10$, pada variabel Korean wave (X1) bernilai 1.215, variabel halal awareness (X2) bernilai 2.193, dan untuk variabel literasi halal bernilai 2.285. lalu untuk nilai dari *tolerance* pada setiap variabel > 0.10 , untuk nilai *tolerance* dari *Korean wave* (X1) sebesar 0.823, untuk variabel halal awareness sebesar 0.456 dan untuk variabel literasi halal sebesar 0.438.

Berdasarkan hasil dari olah data yang diatas, dapat membuktikan bahwa semua nilai VIF pada setiap variabel lebih kecil dari 10, maka dari variabel Korean wave (X1), halal awareness (X2), dan variabel literasi halal (X3) tidak terjadi gejala multikolinearitas. Dan semua nilai tolerance dari setiap variabel. Dari variabel Korean wave (X1, variabel halal awareness (X2), dan variabel literasi halal (X3) tidak terjadi gejala multikolinearitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi linear ini dapat digunakan dalam penelitian dan layak untuk diujikan pada tahap uji selanjutnya.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat kesalahan atau model residual tidak konstan dan bervariasi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada data. Uji heteroskedasitas pada penelitian ini menggunakan uji Glejser yaitu dengan melihat, nilai Signifikasi > 0.05 untuk dapat membuktikan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala heterokedasitas, jika nilai signifikasinya < 0.05 maka dipastikan nilai pada data terjadi gejala heterokedasitas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedasitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.485	1.402		3.912	.000
	Korean Wave	-.034	.021	-.174	-1.650	.102
	Halal Awareness	-.002	.060	-.005	-.032	.975
	Literasi Halal	-.087	.055	-.230	-1.585	.116

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil dari uji Heterokedasitas, nilai dari variabel Korean wave sebesar $0.102 > 0.05$, untuk variabel halal awareness sebesar $0.975 > 0.05$ dan untuk variabel literasi halal $0.116 > 0.05$, dari hasil uji yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa nilai data pada hasil uji, tidak terdapat gejala Heterokedasitas. Dan layak digunakan dan sudah memenuhi syarat untuk melanjutkan pada analisis regresi linear berganda.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui suatu kejadian korelasi dari residual yang dibentuk berdasarkan waktu yang terjadi. Tujuan dari uji autokorelasi untuk bisa mengetahui bahwa ada atau tidaknya korelasi diantara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Uji autokorelasi dapat di deteksi menggunakan uji Durbin - Watson (DW test) (Utami, 2019). Dalam mengambil keputusan dalam uji autokorelasi dapat dilihat melalui kriteria sebagai berikut:

- Jika $d < dL$ atau $d > 4 - dL$ maka nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- Jika $dU < d < 4 - dU$ maka hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi
- Jika $dL < d < dU$ atau $4 - dU < d < 4 - dL$, artinya tidak terdapat kesimpulan

Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.640 ^a	.410	.392	2.115	1.953

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Hasil dari uji autokorelasi menggunakan uji durbin Watson dari hasil yang diperoleh dapat ditemukan pada tabel 4.12, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (α) 5% dengan jumlah pada sampel (n) 100 serta terdapat 3 variabel bebas (k=3).

Pada Durbin Watson tabel (α ;k;n=0.05;3;100) nilai dari DL adalah 1.6336 dan nilai dari DU adalah 1.7455. jika hasil dimasukkan ke dalam persamaan untuk dapat menentukan hasil dari uji autokorelasi maka dapat dilihat melalui rumus sebagai berikut:

$$4-dU: 4 - 1.7455 = 2.2545$$

$$4-dL: 4 - 1.6336 = 2.3664$$

$$\begin{aligned} \text{Hasil} &= DU < DW < 4 - DU \\ &= 1.7455 < 1.953 < 2.2545 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari tabel 4.12 dan persamaan yang berada diatas maka nilai D-W sebesar 1.95. Nilai pada Durbin-Watson berada di bawah batas dari DL yang berarti yaitu $1.953 < 2.2545$ ($DW < DL$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapatnya autokorelasi, dan data pada data penelitian ini layak untuk diujikan pada uji regresi.

e. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah penelitian yang diteliti merupakan penelitian yang linier atau penelitian yang tidak linier, pada penelitian ini menggunakan fungsi *compare means*, untuk dapat mengetahui apakah variabel yang digunakan pada penelitian dinyatakan hubungannya linier atau tidak.

Pada Pengambilan keputusan dalam uji linearitas, yaitu jika nilai pada *deviatiton from linearity sig.* > 0.05 , maka dalam variabel tersebut terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Namun jika nilai dari *deviation from linearity sig.* < 0.05 . maka tidak terdapat hubungan linier secara signifikan diantara variabel independent dengan variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas
Hubungan Minat Beli (Y) dengan Korean Wave (X1)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Korean Wave	Between Groups	(Combined)	261.393	23	11.365	1.851	.024
		Linearity	139.449	1	139.449	22.715	.000
		Deviation from Linearity	121.944	22	5.543	.903	.591
	Within Groups		466.567	76	6.139		
	Total		727.960	99			

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil Uji Linearitas diketahui *sig deviation from linearity* sebesar $0.591 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *Korean Wave* dengan Minat Beli.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Linieritas
Hubungan Minat Beli (Y) dengan Halal Awareness (X2)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Halal Awareness	Between Groups	(Combined)	302.507	12	25.209	5.155	.000
		Linearity	194.931	1	194.931	39.861	.000
		Deviation from Linearity	107.576	11	9.780	2.000	.038
	Within Groups		425.453	87	4.890		
	Total		727.960	99			

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil Uji Linearitas diketahui *sig deviation from linearity* sebesar $0.38 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *Halal Awareness* dengan Minat Beli.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas
Hubungan Minat Beli (Y) dengan Literasi Halal (X3)

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Literasi Halal	Between Groups	(Combined)	293.366	13	22.567	4.466	.000
		Linearity	259.315	1	259.315	51.315	.000
		Deviation from Linearity	34.052	12	2.838	.562	.867
	Within Groups		434.594	86	5.053		
	Total		727.960	99			

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil Uji Linearitas diketahui sig *deviation from linearity* sebesar $0.867 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Literasi Halal dengan Minat Beli.

Diketahui dari hasil ketiga tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari nilai signifikan pada linier > 0.05 . untuk variabel Korean wave senilai 0.591, variabel halal awareness senilai 0.38, dan untuk variabel literasi halal senilai 0.867. dan oleh karena itu berdasarkan uji linieritas di atas menggunakan fungsi compare means, maka hubungan di antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dinyatakan linier.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian untuk dapat memastikan serta memodelkan hubungan diantara variabel penelitian yang akan diteliti. Analisis linier berganda digunakan dalam menguji pengaruh simultan dari berbagai variabel bebas dengan variabel terikat yang berskala interval (Utami, 2019). Untuk bentuk persamaan analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan pada rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Beli (Variabel dependen)

α : Nilai konstanta

b_1 : Koefisien regresi Korean Wave (variabel independent)

X_1 : *Korean Wave* (variabel independent)

b_2 : Koefisien regresi Halal Awareness (variabel independent)

X_2 : *Halal Awareness* (variabel independent)

b_3 : Koefisien regresi Literasi Halal (variabel independent)

X_3 : Literasi Halal (variabel dependen)

e : Variabel pengganggu atau standar error

Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B		Beta		
1 (Constant)	8.561	2.506		3.416	.001
Korean Wave	.095	.037	.221	2.556	.012
Halal Awareness	.130	.107	.141	1.216	.227
Literasi Halal	.331	.098	.403	3.398	.001

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda di antara variabel Korean wave (X1), halal awareness (X2), dan literasi halal (X3) terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi yaitu:

$$Y = 8.561 + 0.095(X1) + 0.130 (X2) + 0.331(X3) + 2.506$$

Dari hasil pada persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta α

Nilai konstanta positif menunjukkan bahwa variabel independen bernilai positif, dan jika variabel bebas yang terdiri dari variabel Korean wave (X1), halal awareness (X2), literasi halal (X3) diasumsikan sama dengan nol (0), oleh karena itu variabel terikat minat beli senilai 8.561.

b. Koefisien $b1 = 0.095X1$ (Korean wave)

Pada koefisien $b1$ menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 0.095 yang artinya mempunyai pengaruh yang positif yang berarti kegemaran seseorang dalam *Korean wave* mengakibatkan minat beli seseorang pada produk makanan *bulgogi* memiliki peningkatan sebesar 0.095 dalam satuannya. Dan juga berlaku apabila dibalik pada kegemaran seseorang terhadap *Korean wave* diturunkan satuannya mengakibatkan minat beli seseorang terhadap produk makanan *bulgogi* mengalami penurunan sebesar 0.095 satuan dengan asumsi pada variabel lainnya tetap.

c. Koefisien $b2 = 0.130X2$ (Halal Awareness)

Pada koefisien $b2$ menunjukkan bahwa variabel *halal awareness* memiliki pengaruh pada variabel minat beli sebesar 0.130 yang berarti memiliki pengaruh yang positif, dan apabila variabel halal awareness dinaikan dapat mengakibatkan minat beli bisa mengalami peningkatan sebesar 0.130 pada satuan. Berlaku sebaliknya jika kesadaran halal

diturunkan satuannya dapat mengakibatkan minat beli mengalami penurunan sebesar 0.130 pada satuan dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.

d. Koefisien $b_3 = 0.331X_3$ (Literasi Halal)

Pada koefisien b_3 menunjukan bahwa variabel literasi halal memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 0.331 yang berarti memiliki pengaruh yang positif, dan apabila variabel literasi halal dinaikan mengakibatkan minat beli mengalami peningkatan sebesar 0.331 dalam satuan. Berlaku sebaliknya jika apabila literasi halal diturunkan satuannya dapat mengakibatkan penurunan pada minat beli sebesar 0.331 satuan dengan asumsi pada variabel lainnya tetap.

7. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan dalam menguji pengaruh dari variabel independen secara bersamaan dengan variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan uji F dapat menggunakan perbandingan f hitung dengan f tabel. Untuk mengetahui persamaannya dapat dilihat dengan menggunakan rumus dalam menentukan f tabel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}}: df_1 &= k-1 \\ &= 4-1 \\ &= 3 \\ df_2 &= n-k \\ &= 100 - 4 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel pada penelitian

k = Jumlah seluruh variabel pada penelitian

Berdasarkan perhitungan di atas dan menurut tabel uji f . maka perolehannya sebesar 2.70, pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikasinya $< \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikasinya $> \alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_4 ditolak, yang artinya bahwa seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 17 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	298.474	3	99.491	22.239	.000 ^b
Residual	429.486	96	4.474		
Total	727.960	99			

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan dari perhitungan pada persamaan f_{tabel} sebesar 2.70. untuk hasil uji f dapat dilihat di tabel 4.17, dapat dilihat bahwa f_{hitung} sebesar 22.239 sedangkan pada f_{tabel} 2.70, dapat diartikan bahwa f_{hitung} $22.239 > f_{tabel}$ 2.70 dan untuk nilai signifikasinya sebesar $0.00 < 0.05$, maka unuk H_4 diterima dan untuk H_0 ditolak, yang dapat diartikan bahwa variabel Korean Wave, variabel halal awareness dan variabel literasi halal secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli produk makanan korea bulgogi.

b. Uji T

Uji T memiliki fungsi dan tujuan untuk mengukur apakah signifikansi berpengaruh dalam pengambilan keputusan yang dilaksanakan didalam penelitian ini dan uji T memiliki tujuan untuk mengetahui adakah hubungan diantara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial pada taraf signifikansi sebesar 5%.

Tabel 4. 18 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.561	2.506		3.416	.001
Korean Wave	.095	.037	.221	2.556	.012
Halal Awareness	.130	.107	.141	1.216	.227
Literasi Halal	.331	.098	.403	3.398	.001

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Untuk dapat melihat nilai dari T tabel yaitu dengan menggunakan persamaan pada rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= n-k-1 \\
 &= 100 - 3 - 1 \\
 &= 96 \\
 &= 1,98
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel pada penelitian

k = Jumlah seluruh variabel pada penelitian

Berdasarkan perhitungan di atas dan menurut tabel uji t. maka perolehannya sebesar 1,98, pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikasinya $< \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikasinya $> \alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_3 ditolak, yang artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 19 Hasil Uji T

Variabel	T Hitung	T Tabel	Kriteria
<i>Korean Wave</i>	2.556	1,98	Berpengaruh terhadap minat beli
<i>Halal Awareness</i>	1.216	1,98	Tidak Berpengaruh terhadap minat beli
Literasi Halal	3.398	1,98	Berpengaruh terhadap minat beli

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari olah data yang telah dilakukan penulis didalam uji T pada tabel 4.18 dan tabel 4.19, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Pengaruh *Korean wave* (X1) terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari olah data, didapatkan t_{hitung} senilai 2.556 sedangkan untuk t_{tabel} 1,98, sehingga $t_{hitung} 2.556 > t_{tabel} 1,98$, dan untuk nilai signifikasinya senilai $0.012 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima secara positif dan untuk H_0 ditolak. Dapat dinyatakan secara parsial *Korean wave* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan korea *bulgogi*.

- b) Pengaruh *halal awareness* (X2) terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari olah data, didapatkan t_{hitung} senilai 1.216 sedangkan untuk t_{tabel} 1,98, sehingga $t_{hitung} 1.216 < t_{tabel} 1,98$, dan untuk nilai signifikasinya senilai $0.227 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak secara positif dan untuk H_0 diterima. Dapat dinyatakan secara parsial *halal*

awareness memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk makanan korea *bulgogi*.

c) Pengaruh Literasi halal (X3) terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari olah data, didapatkan thitung senilai 3.398 sedangkan untuk ttabel 1,98, sehingga thitung $3.398 > ttabel 1,98$, dan untuk nilai signifikasinya senilai $0.001 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima secara positif dan untuk H_0 ditolak. Dapat dinyatakan secara parsial literasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan korea *bulgogi*.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase dari kontribusi dari pengaruh variabel independent secara Bersama terhadap variabel dependen. (Utami, 2019)

Tabel 4. 20 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.392	2.115

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil dari pengelolaan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.410. berdasarkan teori Ghozali didalam buku (Utami, 2019), jika nilai dari R² menuju angka satu maka kemampuan dari variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Artinya dapat dijelaskan bahwa variabel *Korean wave* (X1), *halal awareness* (X2) dan literasi halal (X3) berkontribusi sebesar 41% terhadap minat beli (Y), dan untuk sisa dari kontribusi 59% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 4. 21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

H.No	Variabel	Hipotesis	Hasil	Keputusan
H1	<i>Korean wave</i>	<i>Korean wave</i> berpengaruh terhadap minat beli	B: 0.095 Sig: 0.012	Signifikan Positif

H2	<i>Halal Awareness</i>	<i>Halal awareness</i> berpengaruh terhadap minat beli	B:0.130 Sig:0.227	Signifikan Negatif
H3	Literasi Halal	Literasi halal berpengaruh terhadap minat beli	B:0.331 Sig:0.001	Signifikan Positif

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Dari hasil perolehan yang diujikan oleh peneliti, terdapat penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Korean Wave* terhadap minat beli

Dari tabel 4.21 menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) makanan korea bulgogi. Dapat diketahui melalui hasil perolehan pada perhitungan pada nilai t_{hitung} sebesar 2.556 yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.556 > 1,98$) dengan tingkat pada nilai signifikasinya sebesar ($0.012 < 0.05$) dan untuk koefisien regresi 0.095. Sehingga dapat dijelaskan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti *Korean wave* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* (X1) berpengaruh positif terhadap minat beli. Yaitu disebabkan bahwa gen Z memiliki minat beli didasari atas faktor kegemaran dan hal yang disukai dari budaya Korea, hal ini diperkuat sesuai pada penelitian (Hendradewi et al., 2021) yang dimana dijelaskan bahwa “remaja terpengaruh oleh minat beli terhadap produk tersebut didasarkan dengan faktor menyukai budaya korea dari mulai makanan, pakaian, musik, film, tarian, hingga kosmetik”, sedangkan pada penelitian (Oktaviani & Pramadya, 2021) dibuktikan bahwa *Korean wave* memiliki pengaruh yang cukup besar, yang dimana Gen z yang menjadikan aspek aspek dari pengaruh Entertainment dari negara Korea Selatan sebagai hiburan, menjadikan *gen z* mulai tertarik dalam mempelajari aspek – aspek budaya yang berasal dari Korea Selatan dan hal ini dapat memperkuat variabel *Korean Wave* berpengaruh terhadap variabel minat beli.

Hal ini menjelaskan bahwa *Korean wave* berpengaruh positif terhadap minat beli. Dengan adanya pengaruh dari kebudayaan korea melalui media digital membuat para gen Z merasa kuliner dari negara tersebut pantas untuk diminati bagi kaum dari gen Z yang

disebabkan dari kegemaran mereka terhadap kebudayaan Korea Selatan.

2. Pengaruh *halal awareness* terhadap minat beli

Berdasarkan pada tabel 4.21, dapat diketahui bahwa variabel *halal awareness* (X2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel minat beli (Y) makanan korea bulgogi, dapat diketahui melalui hasil perhitungan yang diolah. Bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1.216 yang dimana menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($1.216 < 1,98$) dengan tingkat pada nilai signifikansi sebesar ($0.227 > 0.05$) dan pada nilai koefisien regresinya sebesar 0.130. Dan dapat dijelaskan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima, yang artinya bahwa variabel *halal awareness* secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli makanan Korea bulgogi.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness* (X1) berpengaruh negatif terhadap variabel minat beli. Berdasarkan dari hasil temuan pada penelitian (Tri Cahya, 2016) dijelaskan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, hal tersebut terjadi di dalam penelitiannya dikarenakan label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap, namun kesadaran halal dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jika dilakukan melalui sikap. Sedangkan pada penelitian (Hendradewi et al., 2021) mengungkapkan bahwa kesadaran halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli tetapi label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Dan yang menjadi faktor pembeda pada penelitian dari (Tri Cahya 2016) dan (Hendradewi, Mustika, and Darsiah 2021) untuk dapat menyebabkan tingkat kesadaran halal bisa menjadi berpengaruh diungkapkan pada penelitian dari (Muslichah, Abdullah, and Abdul Razak 2020) yang mengungkapkan bahwa pada penelitiannya tingkat kesadaran terhadap makanan halal itu tinggi, dan berpengaruh kesadaran terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan dan juga pada penelitian ini menemukan bahwa religiusitas bertindak sebagai variabel moderasi pada hubungan antara kesadaran dan keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa kesadaran merupakan anteseden penting dari niat siswa muslim dalam membeli makanan halal, dalam penelitiannya peneliti mengungkapkan pemasaran harus merancang kampanye yang berfokus pada penciptaan terhadap kesadaran tentang kepatuhan

dalam produk yang halal, dan selain itu. Produsen dan penjual makanan harus menggunakan sertifikasi halal dan logo yang dapat diandalkan untuk memberi tahu kepada konsumen bahwa produk mereka benar benar halal.

Dari hal ini dapat dinyatakan bahwa halal awareness atau kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap minat beli makanan korea bulgogi. Dan hal tersebut dikarenakan bahwa *gen z* merasa bahwa kesadaran halal tidak terasa penting terhadap minat beli makanan korea bulgogi. Namun kesadaran halal dapat berpengaruh jika pemilik dari restoran Korea yang berada di Indonesia membantu dalam merancang kampanye terkait tentang pentingnya kepatuhan dalam memilih produk yang halal sehingga dapat merangsang memori dari *gen z* untuk dapat sadar tentang pentingnya rasa dari religiusitas dalam dirinya untuk memilih produk yang halal. Dan juga pentingnya menyantumkan label halal untuk dapat memberikan dorongan terhadap perasaan batin dalam beragama agar *gen z* sadar bahwa menggunakan produk halal adalah hal yang penting dalam menjaga iman dan ketagwaan jiwa didalam diri seorang muslim dan memberikan motivasi bahwa mengkonsumsi produk yang halal dan thayyib adalah demi kebaikan *gen z* untuk menjadi sosok yang sehat dari jiwa dan raga.

3. Pengaruh Literasi halal terhadap minat beli

Melalui tabel 4.21 dapat dijelaskan bahwa variabel literasi halal (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) makanan Korea *bulgogi*. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan yang diperoleh melalui dari hasil t_{hitung} sebesar 3.398 yang dimana dari hasil perolehan pengelolaan data bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.398 > 1,98$) dan pada nilai signifikasinya senilai ($0.001 < 0.05$) serta untuk koefisien regresinya sebesar 0.331 sehingga dapat dijelaskan bahwa literasi halal (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli (Y).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat *beli*. hal tersebut dapat membuktikan bahwa semakin tinggi pengetahuan dari *gen z* terhadap literasi halal maka akan meningkatkan minat beli dari *gen z* tersebut terhadap produk. Untuk hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian (Pratama & Hartati, 2020) dan penelitian dari (Setyowati & Anwar, 2022) yang dibuktikan bahwa literasi halal berpengaruh terhadap minat beli makanan Korea *bulgogi*.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa literasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli. dan hal ini diidentifikasi dengan adanya literasi halal dan informasi seputar kehalalan produk dapat meningkatkan minat beli *gen z* pada produk makanan Korea *bulgogi*.

4. Pengaruh Korean Wave, halal awareness, literasi halal terhadap minat beli

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dijelaskan bahwa variabel *Korean wave* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) makanan korea bulgogi, sedangkan pada variabel halal awareness (X2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel minat beli (Y) makanan korea bulgogi, dan untuk variabel literasi halal (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) makanan Korea *bulgogi*. Hal tersebut dapat diketahui melalui hasil perhitungan yang diperoleh pada hasil nilai t_{hitung} di variabel Korean wave sebesar 2.556 yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.556 > 1,98$) dengan tingkat pada nilai signifikasinya sebesar ($0.012 < 0.05$) dan untuk koefisien regresi 0.095. untuk variabel halal awareness t_{hitung} sebesar 1.216 yang dimana menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($1.216 < 1,98$) dengan tingkat pada nilai signifikasi sebesar ($0.227 > 0.05$) dan pada nilai koefisien regresinya sebesar 0.130. dan sedangkan pada variabel literasi halal hasil dari t_{hitung} sebesar 3.398 yang dimana dari hasil perolehan pengelolaan data bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.398 > 1,98$) dan pada nilai hasil signifikasinya senilai ($0.001 < 0.05$) serta untuk koefisien regresinya sebesar 0.33. Sehingga dapat dijelaskan pada variabel Korean wave untuk H1-Nya diterima dan untuk H0 ditolak, yang berarti *Korean wave* (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan pada variabel halal awareness (X2) memiliki perbedaan, yang dimana untuk H1 ditolak dan pada H0 diterima, yang artinya bahwa variabel halal awareness secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli (Y) pada produk makanan Korea bulgogi, dan pada variabel literasi halal (X3) memiliki kesamaan pada variabel Korean wave (X1) yang dimana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk variabel *Korean wave* (X1) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y), sedangkan pada variabel halal awareness (X2) berpengaruh negatif terhadap variabel minat beli dan untuk variabel literasi halal (X3)

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) makanan Korea *bulgogi*. Pada variabel Korean wave dapat berpengaruh disebabkan oleh kegemaran gen z terhadap entertainmen dan budaya – budaya Korea, hal ini diperkuat pada penelitian (Hendradewi et al., 2021) yang dimana dari hasil penelitiannya menjelaskan bahwa” “remaja terpengaruh oleh minat beli terhadap produk tersebut didasarkan dengan faktor menyukai budaya korea dari mulai makanan, pakaian, musik, film, tarian, hingga kosmetik”. Dan juga pada penelitiannya menjelaskan bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli, hal ini juga sama seperti yang disampaikan pada penelitian (Tri Cahya, 2016) terkait tentang label halal yang tidak berpengaruh terhadap minat beli, tetapi didalam hasil temuannya mengungkapkan bahwa variabel kesadaran halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, hal tersebut terjadi di dalam penelitiannya dikarenakan label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap, namun kesadaran halal dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jika dilakukan melalui sikap, namun juga ada beberapa hal untuk dapat memperkuat pengaruh dari kesadaran halal selain dilakukan melalui sikap yaitu hal tersebut diungkapkan pada penelitian dari (Muslichah et al., 2020) yang dimana peneliti menjelaskan dalam temuannya bahwa “pemasaran harus merancang kampanye yang berfokus pada penciptaan terhadap kesadaran tentang kepatuhan dalam produk yang halal” dan juga didalam penelitiannya variabel religiusitas digunakan sebagai variabel yang digunakan untuk memoderasi kesadaran halal dengan cara menumbuhkan memori terhadap anteseden pada konsumen. Namun untuk dapat menumbuhkan religiusitas didalam diri seseorang diperlukan adanya variabel literasi halal yang diungkapkan pada temuan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Hartati, 2020). Yang dimana pada hasil temuannya menjelaskan bahwa literasi halal dan religiusitas memiliki korelasi sangat kuat dengan konsumsi produk halal dan hasil temuannya juga sesuai seperti pada penelitian (Setyowati & Anwar, 2022) yang membuktikan bahwa literasi Halal dan religiusitas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi produk halal.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa *Korean wave* dan literasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli sedangkan kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap minat beli. hal tersebut dapat

diidentifikasi dari kegemaran gen z dalam menyukai budaya korea melalui tayangan *entertainmen* hingga kuliner yang berasal dari korea yang dapat meningkatkan minat beli gen z terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi, tetapi kegemaran yang dimiliki gen z jika dilakukan secara berlebihan juga dapat menyebabkan tertutupnya kesadaran halal yang dimiliki gen z. Namun dapat diatasi dengan bantuan dari manajemen restoran makanan Korea yang mengkampanyekan tentang pentingnya kepatuhan dalam memilih produk yang halal sehingga dapat merangsang memori dari gen z untuk dapat kembali menyadari tentang pentingnya rasa dari religiusitas dalam dirinya untuk memilih produk yang halal, dengan memberikan literasi halal kepada konsumen maka akan dapat membantu untuk meningkatkan pengaruh dari kesadaran halal dalam memiliki minat beli produk makanan Korea yang baik bagi jasmani dan rohani serta halal.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini meliputi kesimpulan yang diperoleh dari penulis berdasarkan hasil dari uji dan hasil dari analisis yang diolah oleh penulis. Dan bab ini dapat digunakan sebagai panduan bagi peneliti selanjutnya sebagai acuan dalam temuan baru terkait pada topik Korean wave, kesadaran halal dan literasi halal terhadap minat beli produk makanan korea.

Dalam pelaksanaan dan pengerjaan penelitian terdapat beberapa kendala yang dialami peneliti didalam proses penelitian, seperti pada proses pengumpulan data yang dimana tidak semua gen z yang ada di kota Yogyakarta benar benar memahami kuliner pada negara Korea Selatan serta tidak semua dari *gen z* mau untuk meluangkan waktunya dalam pengisian angket kuesioner.

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dibuktikan bahwa *Korean wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea *bulgogi*. Hal tersebut diakibatkan dari semakin tingginya kegemarannya gen z terhadap budaya korea dan kuliner korea melalui media digital saat ini. Dan juga mengakibatkan jika semakin tinggi pemahaman terhadap *Korean wave* yang dimiliki *gen Z*, maka semakin tinggi juga minat beli *gen Z* terhadap produk makanan kuliner korea.
- 2) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, membuktikan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk makanan korea bulgogi, yang disebabkan bahwa kegemaran yang dimiliki *gen z* terhadap budaya korea dapat menutupi adanya kesadaran halal pada produk makanan dan juga kurangnya memperhatikan dalam kriteria produk halal melalui sikap kritis dalam memiliki minat beli terhadap produk makanan korea, dan juga kesadaran halal dapat berpengaruh jika *gen z* dapat mengambil sikap untuk kritis dalam memiliki minat beli pada produk makanan korea.
- 3) Dari hasil yang telah dilakukan membuktikan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan korea *bulgogi*. Hal tersebut dikarenakan bahwa *gen z* yang beragama

islam telah memahami literasi halal, dan dengan adanya informasi terkait kehalalan suatu produk dapat meningkatkan minat beli terhadap produk makanan korea, semakin tinggi pemahaman gen z pada literasi halal maka akan semakin tinggi juga minat beli terhadap makanan korea bulgogi. Dengan memiliki pemahaman terhadap produk yang halal maka dapat memiliki tindakan untuk selalu mengkonsumsi makanan yang *thayyib* atau baik untuk jasmani dan rohani.

- 4) Dari hasil yang telah dilakukan membuktikan bahwa Korean wave, dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea bulgogi, dan kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi, hal tersebut disebabkan karena kegemaran gen z yang dilakukan secara berlebihan dapat menutupi kesadaran halal yang dimiliki gen z, tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan bantuan dari pemilik usaha makanan Korea yang memberikan kampanye tentang terkait pentingnya kepatuhan dalam memilih produk yang halal sehingga dapat menumbuhkan memori terhadap anteseden dari gen z untuk dapat kembali menyadari tentang pentingnya rasa dari religiusitas sebagai moderasi dalam dirinya untuk memilih produk yang halal, dengan memberikan literasi halal kepada konsumen maka akan dapat membantu untuk meningkatkan pengaruh dari kesadaran halal dalam memiliki minat beli produk makanan Korea yang *thayyib* dan halal.

2. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis sampaikan, harapnya bisa menjadi gambaran untuk sebagai bahan dalam pertimbangan untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian yang memiliki topik penelitian yang mirip atau serupa, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi *Gen Z* di kota D.i Yogyakarta

Teruntuk gen Z yang berada di kota D.i Yogyakarta yang memiliki minat terhadap makanan luar negeri terkhusus makanan dari negara Korea Selatan agar dapat memiliki sikap kritis dalam memerhatikan label halal, dan komposisi dari produk makanan yang diinginkan, sehingga dengan mengambil sikap kritis terhadap suatu produk makanan, maka akan semakin tinggi juga tingkat kesadaran halal terhadap produk makanan, dan semakin baik juga hasil dari pengambilan keputusan untuk terus mengkonsumsi makanan yang *thayyib* bagi seorang muslim.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Teruntuk peneliti selanjutnya agar dapat memperbaiki keterbatasan yang ada didalam penelitian ini, memilih objek yang digunakan didalam penelitian yang mencakup lebih luas dan lebar, sehingga dapat menghasilkan data yang lebih terperinci meluas, dan tidak hanya dari satu bahasan. Serta dapat memperbanyak populasi dan sampel untuk dapat menghasilkan data yang menyeluruh, dan dapat mengembangkan atau memasukan variabel yang lain selain *Korean wave*, *halal awareness*, literasi halal yang berpengaruh terhadap minat beli makanan Korea.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2017). Populasi Dan Sampel. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 8(33), 44.
- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579.
- Haniah, N. (2013). Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors. *Statistika Pendidikan*, 1, 1–17. <http://statistikpendidikan.com>
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>
- Indonesia, B. P. S. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
- Laura, N., & Nasution, P. H. (2021). Pengaruh Brand Switching Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Dengan Korean Wave Sebagai Variabel Moderating. *Media Manajemen Jasa*, 9(1), 3356–0304. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/4972>
- Lestari, P. I., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z : Ditinjau dari. *01(02)*, 12–22.
- Lupitasari E, S. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Makanan Korea terhadap Minat Makan Hidangan Korea (Jurnal Tata Boga). *Jurnal Tata Boga*, X(x), 4.
- Muslichah, M., Abdullah, R., & Abdul Razak, L. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0102>
- Nasution, M. L. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. *Jurnal Hikmah*, 77(21), 5472–5476. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Oktaviani, J., & Pramadya, T. P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87–100.
- Oktavianingtias, M., & Muslichah, I. (2021). Niat Beli Muslim pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal di Indonesia. *Manajemen Bisnis Dan Ekonomika*, 1(1).
- Prameswari, N. M., Susiatiningsih, H., & Windiani, R. (2022). Gastrodiplomasi Korea Selatan dalam Upaya Nation Branding di Indonesia sebagai Negara Muslim Terbesar. *Journal of International Relations*, 8, 675–689. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jih><http://www.fisip.undip.ac.id>
- Pratama, D. B., & Hartati, N. (2020). PENGARUH LITERASI HALAL DAN RELIGIOSITAS TERHADAP Keywords : Halal Literacy , Religiosity ,

- Consumption of Halal Products. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 1–12.
- Pratiwi, A. E., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). 1), 2), 3) 1. September.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Rektiansyah, R. R., & Auwalin, I. (2022). *Analysis of the Impact of Halal Awareness and Halal Labels to the Purchase Intention of Korean Instant Noodles on Adolescents in Sumenep through Attitude Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Su*. 9(5), 600–616. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp600-616>
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–25). <https://doi.org/10.21009/communications.1.1.1>
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi ! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Santoso, F. C., Hadi, I. P., & Yoanita, D. (2020). Sikap Generasi Milenial Terhadap Pesan Budaya Korea Dalam Iklan Mie Sedaap Selection “Korean Spicy Chicken” Di Televisi. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2).
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.108-124>
- Suwitho. (2022). Pengaruh Harga, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(e-ISSN: 2461-0593), 1–16.
- Tri Cahya, R. (2016). ANALISIS PENGARUH HALAL CERTIFICATION DAN HALAL AWARENESS TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN KORINUS TOK-POKI (STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM PECINTA DRAMA KOREA). In <https://Medium.Com/>. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Klik Media*.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

LAMPIRAN

Kusioner Korean Wave

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Pemahaman (Understanding)					
1.	Saya Mengetahui tentang Korean Wave					
2.	Saya Mengetahui Jenis – Jenis Korean Wave					
3.	saya memahami budaya Korea selatan dan kuliner korea selatan.					
	Sikap dan perilaku (Attitude dan Behavior)					
1.	Saya Merasa bahwa makanan dari tayangan K – Drama cocok untuk saya Konsumsi.					
2.	Saya merasa bahwa saya tertarik untuk mencoba produk makanan bulgogi dan memiliki kesan yang baik untuk bisa mencoba produk tersebut jika ada kesempatan.					
3.	Jika saya tidak dapat menikmati olahan daging bulgogi di restoran korea saya memiliki alternatif lain untuk mencoba produk yang hampir mirip dan serupa.					
	Persepsi (perception)					
1.	Saya merasa Produk makanan Bulgogi merupakan Kuliner yang menarik					
2.	Saya merasa produk makanan Bulgogi merupakan kuliner yang unik.					
	Imitasi (imitation)					
1.	Saya Merasa dengan membeli produk bulgogi, saya dapat merasakan pengalaman idol saya ketika idol saya memakan produk bulgogi.					
2.	Saya merasa dengan mencoba produk makanan bulgogi, saya memiliki rasa bangga pada individu saya karena telah mencoba produk yang telah dimakan oleh Idol Saya.					

Kuesioner Halal Awareness

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Pemahaman Produk					
1.	Sebagai seorang Muslim/Muslima saya memahami status Hukum Halal.					
2.	Keyakinan agama membuat saya memilih produk makanan yang halal					
3.	Pengetahuan saya tentang Islam mempengaruhi saya dalam memilih produk makanan halal					
4.	Komitmen saya untuk selalu mengonsumsi makanan halal yang baik					
5.	Saya memahami bahwa dalam agama saya mengharuskan untuk mengonsumsi makanan halal.					
	Proses Produksi					
1.	Saya merasa bahwa proses pengelolaan daging dalam pembuatan bulgogi masih diragukan dalam syariat islam					
2.	Saya meyakini bahwa pengelolaan produk makanan bulgogi sudah sesuai dengan standar sertifikasi halal berdasarkan syariat hukum islam dan fatwa MUI.					
3.	Saya meyakini bahwa proses pengelolaan makanan bulgogi sudah mendapatkan pengawasan dalam penyajiannya, dan dapat diyakini bahwa produk tersebut halal.					

Kuesioner Literasi Halal

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	kesadaran Halal					
1.	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memahami mengenai kehalalan suatu produk					
2.	Pengalaman agama membuat saya mendapat informasi mengenai makanan halal.					
3.	saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat membedakan antara mengkonsumsi sesuatu yang diizinkan dan yang dilarang berdasarkan syariat islam.					
	Bahan Makanan					
1.	Bahan-bahan yang terdapat pada produk halal merupakan bahan bahan yang teruji kehalalannya ditandakan dengan adanya logo halal. Karena Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan.					
2.	Saya menyakini bahwa bahan – bahan dalam pengelolaan produk makanan bulgogi, berdasarkan bahan bahan yang halal.					
	Sertifikasi Halal					
1.	Saya mengetahui bahwa produk makanan olahan daging seperti bulgogi yang berasal dari Korea Selatan sudah melewati proses pengelolaan makanan berdasarkan sertifikasi Halal MUI					
2.	Saya merasa bahwa masih ada restoran yang mengelola menu produk makanan bulgogi yang belum melewati proses sertifikasi halal, dan masih minim informasi terkait kehalalan kepada konsumen.					

Kuesioner Minat Beli

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Daya Tarik Beli					
1.	Saya memiliki kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk.					
2.	Saya mempunyai selera tersendiri terhadap suatu makanan					
3.	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat dan orang sekitar untuk membeli produk makanan bulgogi halal.					
	Keinginan membeli					
.1.	Saya memilih untuk membeli produk halal merupakan ide yang bagus					
2.	Saya bersedia membeli produk bulgogi yang halal					
3.	Saya memilih untuk membeli produk makanan bulgogi yang telah mendapatkan sertifikat halal MUI					

LAMPIRAN

Data Korean Wave

1. Data input Korean Wave

No Responden	Korean Wave (X1)										Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	34
3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	33
5	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	30
6	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	32
7	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	39
8	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
9	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	38
10	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	36
14	2	2	2	3	4	3	4	4	2	2	28
15	5	4	4	3	4	4	5	4	2	2	37
16	5	4	4	4	5	2	5	5	5	4	43
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
18	5	1	2	4	5	5	2	3	1	1	29
19	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33
20	1	1	2	3	4	5	5	4	2	3	30
21	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	42
22	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	37
23	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	38
24	5	5	5	5	4	4	4	4	2	1	39
25	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	35
26	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	25
27	4	4	4	2	2	1	2	2	2	2	25
28	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	29
29	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	34
30	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
31	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	41
32	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	37
33	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
34	4	3	3	2	4	3	3	4	2	3	31
35	4	2	2	3	4	2	4	4	2	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
38	4	4	2	2	4	4	4	4	2	3	33
39	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	43
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	35
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	3	5	3	4	5	4	4	4	4	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	40
47	3	3	3	4	5	5	4	4	5	4	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	3	2	3	1	3	4	4	4	1	1	26
53	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
54	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
55	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	46
56	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
57	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	27
58	3	3	2	3	5	4	4	4	3	3	34
59	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
60	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
61	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
62	2	2	1	1	3	4	3	3	1	1	21
63	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
64	2	2	2	3	4	4	4	4	2	3	30
65	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
66	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	38
67	3	3	2	2	4	2	4	4	2	2	28
68	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	35
69	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
70	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
71	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37
72	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
73	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
74	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
75	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	40
78	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
79	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	27
80	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
81	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	36
82	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	39
83	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
84	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	3	3	3	4	5	5	5	5	3	3	39
87	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
88	5	5	4	4	4	3	4	4	2	2	37
89	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	44
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
92	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	44
93	3	3	4	5	5	4	4	3	3	3	37
94	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	31
95	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
96	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
97	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	40
98	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	40
99	4	4	4	3	4	2	5	4	3	3	36
100	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	40

2. Data input Halal Awareness

Halal Awareness (X2)								Total (X2)
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
4	4	4	4	5	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	3	4	4	34
4	4	4	4	3	3	3	3	28
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	4	4	5	4	3	3	33
5	5	5	5	5	3	4	4	36
5	5	5	5	5	3	4	4	36
4	4	5	4	4	3	3	3	30
4	5	5	5	5	3	3	3	33
4	5	4	5	5	3	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	3	3	3	33
5	5	5	5	5	3	3	3	34
4	5	4	5	5	3	3	3	32
5	4	4	3	5	4	2	3	30
4	5	4	4	5	3	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	3	3	35
4	5	5	5	5	4	2	2	32
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	5	5	5	5	3	4	4	36
5	5	5	5	5	3	3	3	34
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	5	5	5	5	5	3	3	35
5	5	5	5	5	4	3	3	35
4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	5	5	5	5	3	3	3	34
4	5	5	4	5	3	4	4	34
4	4	4	3	5	4	4	3	31
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	3	4	4	36
5	5	5	5	5	5	2	3	35
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	5	5	5	3	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	3	5	3	4	3	30
4	4	4	4	5	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	3	4	3	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	4	3	3	34
5	5	5	5	5	4	3	3	35

5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	2	2	34
4	4	4	4	5	3	4	4	32
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	5	5	5	5	3	3	3	33
4	5	5	5	5	2	3	4	33
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	5	5	5	5	2	4	36
5	5	5	5	5	4	3	3	35
4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	3	3	4	35
5	5	5	5	5	3	3	4	35
4	5	5	4	5	4	3	3	33
4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	4	5	4	4	4	36
5	5	5	5	5	4	3	3	35
4	5	4	5	5	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	3	3	3	31
5	4	4	4	4	3	3	3	30
4	4	5	5	5	4	5	4	36
5	5	4	4	4	5	2	2	31
5	5	5	5	5	2	4	4	35
5	5	4	5	5	3	3	4	34
4	4	5	5	5	4	3	3	33
5	5	4	5	5	3	4	4	35
4	5	4	4	5	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	3	4	5	37
4	5	5	5	5	3	4	4	35
5	5	4	5	5	3	4	4	35
4	5	5	5	5	3	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	3	4	4	36
5	5	5	5	5	4	3	3	35
5	5	5	5	5	4	4	3	36
4	4	5	4	5	3	3	3	31
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	4	5	4	38
4	5	4	4	5	3	3	3	31

4	5	4	4	5	3	3	3	31
5	5	5	5	5	3	4	4	36
4	4	4	4	5	3	4	4	32

3. Data Input Literasi Halal

Literasi Halal (X3)							Total (X3)
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
4	4	4	4	4	3	4	27
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	3	3	3	24
4	5	5	5	3	3	3	28
3	4	4	4	4	3	4	26
5	5	5	5	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	4	4	3	3	3	23
3	4	4	5	4	3	3	26
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	4	4	3	4	3	26
2	4	3	4	4	3	4	24
2	5	4	5	3	3	5	27
4	4	4	4	3	2	4	25
3	5	5	4	4	4	5	30
4	5	5	5	3	3	4	29
4	4	4	5	3	2	4	26
4	5	4	4	4	4	4	29
4	3	4	5	3	3	4	26
5	5	5	5	3	3	5	31
4	5	5	5	3	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	3	3	3	28
5	5	5	5	3	3	3	29
4	4	4	4	3	3	3	25
3	3	4	4	4	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	4	4	30
4	5	4	5	5	5	5	33
5	5	5	5	4	3	4	31
5	5	5	5	3	3	4	30
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	5	5	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	5	4	5	5	34
3	4	4	4	4	3	3	25
4	4	4	3	3	3	4	25
4	4	4	4	4	3	4	27

4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	4	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	4	3	3	4	25
3	5	5	5	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	3	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	3	5	3	29
5	5	4	5	5	5	5	34
3	3	3	3	3	3	4	22
3	4	3	5	3	3	5	26
4	4	5	4	4	4	3	28
4	5	5	5	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	5	1	28
5	4	4	4	3	3	4	27
4	4	4	4	4	5	3	28
4	5	5	5	3	3	3	28
5	4	4	5	4	5	5	32
5	5	5	5	5	4	3	32
4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	4	5	4	4	3	28
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	4	4	3	3	3	25
5	5	4	5	4	4	4	31
5	4	5	5	5	5	4	33
4	5	5	5	3	3	4	29
4	4	4	3	3	3	3	24
4	4	3	3	4	4	4	26
4	3	3	3	3	3	3	22
4	4	3	3	4	4	4	26
5	4	4	5	4	5	4	31
4	4	4	4	2	2	4	24
4	5	5	5	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	3	27
4	5	5	5	3	3	3	28
4	4	5	5	4	4	3	29
3	4	4	4	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	3	25
3	5	4	5	3	3	4	27

3	4	4	5	3	3	5	27
4	4	4	4	3	3	4	26
4	5	4	5	4	4	5	31
4	5	4	5	4	5	4	31
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	4	4	3	3	3	25
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	4	4	4	5	3	28

4. Data Input Minat beli

Minat Beli (Y)						Total (Y)
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	4	21
4	5	3	5	4	4	25
4	5	3	3	4	4	23
4	5	3	5	4	5	26
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	4	5	5	24
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	5	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	4	29
4	4	3	4	4	5	24
5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	5	2	4	4	5	24
4	5	3	5	3	4	24
3	4	3	5	5	5	25
4	4	3	4	4	5	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	25
3	5	3	4	4	4	23
5	4	5	5	5	5	29
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	3	3	20
4	4	5	5	5	4	27
4	5	3	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
3	5	3	5	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	3	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	5	3	5	3	4	25
5	5	4	5	5	5	29
4	4	3	5	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	5	5	28
3	5	5	5	5	5	28
3	4	3	5	4	5	24
4	4	3	5	3	4	23
4	5	3	4	3	4	23
4	4	3	4	3	3	21
5	5	3	5	4	5	27
3	5	4	4	4	5	25
5	5	4	4	4	4	26
3	5	3	5	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	3	5	5	25
4	4	3	5	4	5	25
4	5	5	4	5	4	27
5	5	2	5	2	5	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	5	4	5	5	27
4	5	3	5	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29

4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	5	3	3	22
4	3	5	5	4	5	26
5	5	3	5	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
4	5	5	5	4	4	27
5	5	3	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30

LAMPIRAN

Uji Data

1. Uji Deskriptif Variabel Independen dan dependen

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X1	100	21	50	37.49	6.324
TOTAL_X2	100	28	40	34.21	2.948
TOTAL_X3	100	22	35	28.57	3.294
TOTAL_Y	100	18	30	26.02	2.712
Valid N (listwise)	100				

2. Uji Validitas & Reliabilitas

A. Uji Validitas

a. Korean Wave

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	33.65	34.028	.570	.886
X1.2	33.89	32.826	.598	.885
X1.3	33.84	31.732	.662	.880
X1.4	33.78	31.446	.721	.876
X1.5	33.37	33.791	.669	.881
X1.6	33.74	35.124	.399	.897
X1.7	33.53	34.009	.605	.884
X1.8	33.58	34.226	.646	.883
X1.9	34.00	30.061	.767	.872
X1.10	34.03	30.534	.738	.874

b. Halal Awareness

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29.64	7.000	.549	.732
X2.2	29.48	7.222	.530	.738
X2.3	29.57	6.995	.574	.730
X2.4	29.59	6.810	.555	.729
X2.5	29.38	7.612	.413	.754
X2.6	30.58	6.933	.328	.774
X2.7	30.62	6.299	.432	.758
X2.8	30.61	6.139	.549	.728

c. Literasi Halal

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	24.49	8.313	.517	.783
X3.2	24.22	8.436	.625	.768
X3.3	24.26	8.538	.583	.774
X3.4	24.13	8.437	.579	.774
X3.5	24.81	7.974	.558	.776
X3.6	24.83	7.355	.617	.765
X3.7	24.68	8.583	.366	.814

d. Minat Beli

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	21.85	5.341	.526	.723
Y.2	21.57	5.702	.440	.744
Y.3	22.02	4.828	.480	.745
Y.4	21.48	5.787	.467	.739
Y.5	21.68	4.987	.601	.702
Y.6	21.50	5.444	.561	.716

B. Uji Reliabilitas

a. Korean Wave

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

b. Halal Awareness

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	8

c. Literasi Halal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	7

d. Minat Beli

Reliability Statistics

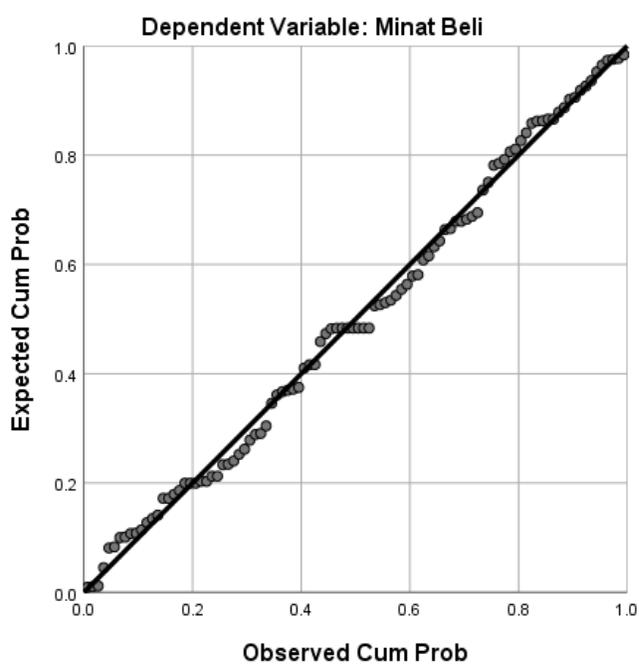
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.763	6

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

a. Pengujian P – plot Regression

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08284405
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.042
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

B. Uji multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Korean Wave	.823	1.215
	Halal Awareness	.456	2.193
	Literasi Halal	.438	2.285

a. Dependent Variable: Minat Beli

C. Uji Heteroskedasitas

D. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.485	1.402		3.912	.000
	Korean Wave	-.034	.021	-.174	-1.650	.102
	Halal Awareness	-.002	.060	-.005	-.032	.975
	Literasi Halal	-.087	.055	-.230	-1.585	.116

a. Dependent Variable: ABS

D. Uji Autokorelasi

E. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.640 ^a	.410	.392	2.115	1.953

a. Predictors: (Constant), Literasi Halal, Korean Wave, Halal Awareness

b. Dependent Variable: Minat Beli

E. Uji Linearitas

a. Korean Wave

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Korean Wave	Between Groups	(Combined)	261.393	23	11.365	1.851	.024
		Linearity	139.449	1	139.449	22.715	.000
		Deviation from Linearity	121.944	22	5.543	.903	.591
	Within Groups		466.567	76	6.139		
	Total		727.960	99			

b. Halal Awareness

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Halal Awareness	Between Groups	(Combined)	302.507	12	25.209	5.155	.000
		Linearity	194.931	1	194.931	39.861	.000
		Deviation from Linearity	107.576	11	9.780	2.000	.038
	Within Groups		425.453	87	4.890		
Total			727.960	99			

a. Literasi Halal

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Literasi Halal	Between Groups	(Combined)	293.366	13	22.567	4.466	.000
		Linearity	259.315	1	259.315	51.315	.000
		Deviation from Linearity	34.052	12	2.838	.562	.867
	Within Groups		434.594	86	5.053		
Total			727.960	99			

4. Analisis Linier Berganda

a. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	298.474	3	99.491	22.239	.000 ^b
	Residual	429.486	96	4.474		
	Total	727.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Literasi Halal, Korean Wave, Halal Awareness

b. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.561	2.506		3.416	.001
	Korean Wave	.095	.037	.221	2.556	.012
	Halal Awareness	.130	.107	.141	1.216	.227
	Literasi Halal	.331	.098	.403	3.398	.001

c. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.392	2.115

a. Predictors: (Constant), Literasi Halal, Korean Wave, Halal Awareness