

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Tingkat minat terhadap Korean wave di kalangan penduduk Surabaya, khususnya dalam konteks mengkonsumsi makanan Korea cukup tinggi. Hal ini lebih mempengaruhi usia remaja (15-25 tahun) karena kecenderungan mereka untuk mengakses media sosial dengan frekuensi yang sering. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya penggemar *kpop*, *kdrama*, dan berbagai kebudayaan Korea lainnya. Faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *Korean wave* dengan minat beli terhadap *Korean food* sendiri ada beberapa faktor seperti: kualitas, harga, merek dari produk makanan Korea itu sendiri. Selain itu rekomendasi teman, promosi iklan dari artis serta drama Korea. Produk makanan Korea yang beredar juga dapat diketahui melalui iklan di media sosial, produk-produk yang beredar di supermarket, serta banyaknya restoran Korea di Surabaya. Persepsi dan pengalaman konsumen terhadap *Korean wave* juga mempengaruhi preferensi mereka terhadap minat beli. Sebagai contoh banyaknya artis Korea yang menjadi brand ambassador suatu produk cenderung akan mengalami tingkat penjualan yang tinggi. Konsumen yang menggemari artis Korea cenderung akan membeli produk makanan Korea dengan artis Korea mereka sebagai brand ambassador.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang perlu diperhatikan lagi bagi peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah: Jumlah responden yang terbatas belum dapat mewakili populasi penyuka Korea di Surabaya, Objek penelitian hanya difokuskan pada responden yang berdomisili di Surabaya. Serta dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang berbeda tiap responden.

### **5.3 Implikasi Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian yang didapatkan, *Korean wave* terbukti berpengaruh terhadap minat beli *Korean food* di Surabaya. Masyarakat yang menggemari serta terpengaruh oleh *Korean wave* cenderung akan membeli produk Korea dengan artis/idola mereka sebagai brand ambassador. Serta cenderung membeli makanan Korea yang ditampilkan di drama Korea. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat, khususnya remaja yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak *Korean wave* terhadap minat beli produk *Korean food* di Surabaya.

### **5.4 Saran**

Perlunya diadakan studi lebih lanjut mengenai pengaruh *Korean wave* apa saja yang paling mempengaruhi minat beli produk *Korean food* serta faktor-faktor pertimbangan lainnya dalam pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat ditingkatkan untuk penambahan pengetahuan tentang budaya Korea serta dampak-dampak yang ditimbulkan dengan masuknya kebudayaan Korea di Indonesia.