

## **Determinan Minat Beli Makanan dan Minuman pada Restoran Korea di Jabodetabek**

<sup>1</sup>Andira Tsaniya Al-Labiyah, <sup>2</sup>Mira Rahmi\*

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

\*mirarahmi@upnvj.ac.id

---

Received: 29 June 2024

Revised: 29 August 2024

Published: 30 August 2024

### **Abstract**

*South Korean culture has a considerable influence in several countries, one of which is Indonesia. The great interest of the public in Korean culture has given rise to buying interest in consuming everything related to South Korea as a lifestyle followed by young people, in particular, one of which is for South Korean specialties. This situation can be an opportunity for entrepreneurs to serve food products with a South Korean-style taste and atmosphere that is implemented with Korean restaurant businesses or businesses, but the consumption of South Korean-style food has not been accompanied by awareness of halal products. The purpose of this study is to find out how consumers' tendency to buy food from Korean restaurants in Greater Jakarta is influenced by factors such as lifestyle, price, and halal awareness. This study utilizes a quantitative approach through the application of the multiple linear regression method. The population of this study is the Muslim population who know halal Korean restaurants in Greater Jakarta. The results of this study prove that lifestyle, price, and halal awareness have an influence on buying interest in Korea Jabodetabek restaurants. The halal Korean restaurant industry in Greater Jakarta should consider lifestyle trends, maintain service quality with prices and halal foodstuffs..*

**Keywords:** *lifestyle, prices, halal awareness, Korean restaurant.*

### **Abstrak**

Budaya Korea Selatan mempunyai pengaruh yang cukup besar di beberapa negara, salah satunya di Indonesia. Besarnya ketertarikan masyarakat kepada budaya Korea memunculkan minat beli dalam mengkonsumsi segala sesuatu yang berkaitan dengan Korea Selatan sebagai gaya hidup yang diikuti oleh kalangan anak muda khususnya, salah satunya terhadap makanan khas Korea Selatan. Situasi ini dapat menjadi kesempatan bagi pengusaha untuk menyajikan produk makanan dengan cita rasa dan atmosfer ala Korea Selatan yang diimplementasikan dengan usaha atau bisnis restoran Korea, namun konsumsi makanan ala korea selatan ini belum barengi dengan kesadaran akan kehalalan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kecenderungan konsumen untuk membeli makanan dari restoran Korea di jabodetabek yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti gaya hidup, harga, dan kesadaran halal. Studi ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui penerapan metode regresi linier berganda. Populasi dari penelitian ini yaitu penduduk muslim yang mengetahui restoran Korea halal di jabodetabek. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup, harga, dan kesadaran halal memiliki pengaruh terhadap minat beli di restoran Korea jabodetabek. Industri restoran Korea halal di jabodetabek agar mempertimbangkan trend gaya hidup, menjaga kualitas pelayanan dengan harga serta kehalalan pada bahan makanan.

**Kata kunci:** *gaya hidup, harga, kesadaran halal, restoran Korea.*

## **PENDAHULUAN**

Pada tahun 2019, Twitter menyampaikan bahwa Indonesia berada pada urutan ketiga setelah negara Thailand dan Korea Selatan yang termasuk ke dalam negara yang paling banyak mengunggah *tweet* yang berkaitan dengan artis *K-Pop*. Indonesia juga berada di posisi ke-2 teratas dengan persentase sebesar 9.9% untuk penayangan video terkait *K-Pop* di kanal Youtube (So 2020). Fenomena berkembangnya budaya Korea ke seluruh penjuru dunia, salah satunya ke Indonesia disebut dengan *Korean Wave* atau *hallyu* (Jannah, Khoirunnisa, and Faristiana 2023). Pengaruh *Korean Wave* menjadi sebuah peluang bagi pelaku usaha untuk membangun bisnis terkait produk yang berasal dari Korea Selatan. Besarnya ketertarikan masyarakat kepada budaya Korea memunculkan minat beli dalam mengkonsumsi segala sesuatu yang berkaitan dengan Korea Selatan. Salah satunya yaitu munculnya minat masyarakat terhadap kuliner khas Korea Selatan atau disebut dengan *K-Food* (Mahardika 2023).

Restoran Korea menjamur dengan cepat di kota-kota besar di Indonesia terutama di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (jabodetabek) karena target pasar merupakan orang-orang perkotaan dan modern, melek teknologi dan informasi, serta telah banyak terpengaruh dari budaya Korea. Jabodetabek merupakan kawasan metropolitan perkotaan sehingga menjadi sasaran utama bagi para pelaku usaha untuk membangun bisnisnya karena populasi penduduk yang besar (Viana 2021). Besarnya jumlah populasi masyarakat di jabodetabek menggambarkan tingginya calon konsumen yang potensial sehingga dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, khususnya berbisnis restoran. Bisnis restoran memiliki peluang pasar yang besar bagi pelaku usaha karena kebutuhan pangan merupakan kebutuhan pokok manusia. Manusia akan selalu mengkonsumsi dan membutuhkan makanan untuk memenuhi energi dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Dengan masuknya budaya Korea Selatan ke Indonesia telah banyak mengubah gaya hidup masyarakat lokal termasuk dalam hal konsumsi. Masyarakat Indonesia yang tertarik dan menyukai budaya Korea Selatan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, salah satu produk khas yang sering dikonsumsi yaitu makanan Korea. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggemar kebudayaan Korea Selatan akan mengkonsumsi produk dari suatu kebudayaan. Produk yang dikonsumsi dari suatu budaya akan mempengaruhi gaya hidup seseorang. Dimana gaya hidup dapat memberikan identitas tertentu pada diri

seseorang, Sehingga, pemilihan dalam mengkonsumsi nilai budaya akan teraktualisasi ke dalam gaya hidup (Sari et al. 2023).

Restoran Korea di jabodetabek cenderung lebih mahal karena terdapat bahan baku dan bumbu masakan yang harus di impor dari Korea agar dapat menciptakan rasa yang hampir mirip dengan rasa original Korea. Namun, terdapat beberapa restoran Korea di jabodetabek yang menawarkan harga lebih murah dan terjangkau sehingga mendorong minat beli masyarakat. Tetapi restoran Korea tidak hanya menyajikan menu yang berasal dari daging sapi, namun terdapat pula menu yang berasal dari daging babi. Dalam islam, daging babi hukumnya haram untuk dikonsumsi oleh umat muslim. Selain karena perintah Allah swt., daging babi juga dapat berpengaruh buruk bagi kesehatan. Sehingga kehalalan suatu makanan menjadi hal yang paling penting bagi masyarakat Indonesia selain harga dan kualitas makanan. Banyak restoran yang mengganti bahan baku, bumbu hingga proses masak yang tidak halal menjadi halal. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen muslim di Indonesia dapat menikmati makanan tersebut dan mempengaruhi keinginan atau minat untuk membeli makanan tersebut. Namun, banyak restoran Korea masih tetap menggunakan bumbu dan bahan baku pada menu restoran yang mengandung babi, menyediakan minuman beralkohol hingga cara memasak yang masih menggunakan alkohol (Ibnu Akil Habibie, Ibdalsyah, and Hamdani 2022).

Salah satu aspek yang dapat menarik minat atau keinginan membeli yaitu gaya hidup. Hal ini sejalan dengan perkembangan zaman dan arus globalisasi, mengkonsumsi makanan luar negeri saat ini dijadikan gaya hidup bagi masyarakat khususnya generasi milenial dan generasi Z (Putri 2018). Hasil pengkajian oleh (Putri 2018) menyampaikan bahwa terdapat hasil signifikansi pada variabel gaya hidup terhadap minat beli. Penelitian dari (Wijaksono, Santoso, and Pristi 2022) membuktikan bahwa gaya hidup signifikan dan memberikan dampak atau pengaruhnya pada minat beli. Sedangkan, penelitian lainnya (Ahmad et al. 2023) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif pada minat beli.

Aspek lainnya yang dapat menarik minat beli yaitu harga. Saat membeli suatu produk, konsumen akan mempertimbangkan harga (Narvatinova, Latief, and Hidayat 2023). Secara umum, potensial pembeli mencari tawaran harga yang ekonomis dan terjangkau sambil tetap mengedepankan mutu produk yang prima. Penelitian (Riana et al. 2023) memperlihatkan

temuan dari pengkajian bahwa harga mempengaruhi secara positif terhadap minat beli produk. Pengkajian lain dari (Taslim and Pramuditha 2021) membuktikan harga mampu mempengaruhi minat beli konsumen. Namun, pada penelitian (Totok Sasongko, Askiyanto, and Yuniarti 2023) membuktikan hasil yang berbeda, yaitu harga tidak terdapat mempengaruhi konsumen terhadap minat beli.

Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk makanan, perlu adanya kesadaran halal terkait bahan baku yang digunakan, proses pembuatan, hingga dalam proses distribusinya. Namun masyarakat seringkali membeli makanan berdasarkan harga dan kualitas produk makanan tersebut, bukan berdasarkan pada kehalalan produk. Hasil pengkajian dari (Tuzzahra, Meutia, and Bukhari 2023) membuktikan bahwa kesadaran halal memberi pengaruh baik serta signifikan. Penelitian lain oleh (Cupian, Meilasari K, and Noven Sarah Annisa 2023) menunjukkan pengaruh yang bernilai positif pada kesadaran halal terhadap minat beli. Sedangkan penelitian lainnya oleh (Rizky, Fachruddin, and Anwar 2022) dan (Ernawati and Koerniawan 2023) menyatakan temuan yang berbeda, yaitu kesadaran halal memberikan pengaruh negatif pada minat beli.

Besarnya ketertarikan masyarakat terhadap produk makanan Korea mengalami peningkatan, hal ini tercermin dari peningkatan atau pertumbuhan restoran Korea di Indonesia beberapa tahun terakhir. Akan tetapi, pertumbuhan restoran Korea yang semakin banyak ini tidak sejalan dengan jumlah restoran Korea yang memiliki sertifikasi halal. Padahal mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim. Dari banyaknya restoran Korea yang ada di jabodetabek hanya terdapat dua restoran Korea yang memiliki sertifikasi halal diantaranya yaitu restoran Korea Mujigae di daerah Jakarta dan Bekasi serta restoran Korea Subukan *All You Can Eat* di daerah Tangerang. Minimnya restoran Korea yang halal memberikan ancaman bahaya tersendiri terutama bagi para konsumen muslim sebab produk dari makanan Korea yang terjual masih tercampur dengan bahan baku tidak halal. Padahal resto Korea yang bersertifikasi halal memiliki potensi dan minat yang cukup besar sebab jumlah penduduk muslim di jabodetabek terbilang cukup besar, dimana penduduk yang bertempat tinggal di jabodetabek pada tahun 2021 sebanyak 16.234.155 juta jiwa (Badan Pusat Statistik 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat ketidakseimbangan antara pertumbuhan restoran Korea bersertifikasi halal yang dapat memenuhi minat masyarakat untuk mencoba makanan Korea di restoran Korea.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Minat Beli**

Minat beli konsumen biasanya akan muncul setelah melihat produk atau barang yang dipromosikan, sehingga antar pelaku usaha pun bersaing dalam memberikan kualitas produk terbaik, inovasi dari produk hingga promosi produk yang unik untuk menjangkau minat konsumen (Saputro and Irawati 2023). Menurut (Firdaus, Ash, and Cahya 2023) minat beli didefinisikan sebagai bentuk perasaan dan pikiran konsumen dengan timbulnya rasa puas terhadap produk yang dipromosikan oleh pelaku usaha yang menimbulkan niat atau rencana untuk memiliki produk tersebut. Minat beli muncul dari rasa percaya pada kualitas produk suatu merek diikuti oleh kemampuan individu membeli produk (Hunowu G.M., Lopian L. H. V. J, and Loindong S.R. 2023).

Selain rasa percaya pada kualitas produk, konsumen juga akan melihat ulasan mengenai produk yang akan dibeli melalui konsumen lain yang terlebih dahulu membeli produk tersebut agar mendapatkan informasi lebih lanjut apa saja keunggulan dan kelemahan dari produk yang akan dibeli (Yulindasari and Fikriyah 2022). Berdasarkan definisi yang diberikan oleh para ahli, minat beli merupakan sesuatu yang sudah direncanakan calon konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk dengan tujuan untuk memiliki produk tersebut. Menurut (Ferdinand and Augusty 2014) terdapat empat indikator yang dapat mempengaruhi minat beli yaitu minat transaksional, referensial, preferensial dan eksploratif.

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya akan sangat berbeda, bahkan perubahan zaman dan berjalannya waktu akan mengubah gaya hidup seseorang dan masyarakat (Luthfianto and Suprihhadi 2017). Perbedaan gaya hidup antar individu dan masyarakat dipengaruhi oleh nilai-nilai atau tren yang dipercaya dan dianut oleh masyarakat tersebut (Khotimah, Khafid, and Pujiati 2016). Jadi, gaya hidup mengacu pada kepribadian individu yang terlihat ketika berkegiatan sehari-hari, minat terhadap sesuatu dan pendapatnya dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya yang dapat menggambarkan kepribadian dan karakter individu tersebut.

Menurut (Nisak and Sulistyowati 2022), gaya hidup yaitu sikap individu yang memiliki makna bagi diri sendiri atau orang lain di waktu dan tempat tertentu, termasuk di dalam perilaku mengkonsumsi barang atau makanan, gaya berbusana, hubungan sosial dan lain sebagainya. Diperkuat oleh (Philip Kotler and Keller 2016) bahwa gaya hidup yaitu kebiasaan individu yang dapat terlihat berdasarkan minat, kegiatan dan opini seseorang. Secara tidak langsung, gaya hidup dapat terlihat oleh orang lain ketika seseorang tersebut sedang berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya serta interaksi dengan dirinya sendiri. Menurut (Peter, Paul, and Olson 2013) Gaya hidup dapat diukur melalui aktivitas dan pendapat.

Hipotesis 1: Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat beli.

### **Harga**

Dalam konteks ekonomi, harga merupakan elemen pemasaran yang berperan dalam menghasilkan pendapatan. Harga didefinisikan sebagai nilai yang diberikan pada sesuatu yang diperdagangkan. Selain itu, harga sebagai representasi moneter dari nilai komoditas/jasa dalam satuan uang (Samsul, Muslimin, and Jafar 2022). Menurut (Nurfauzi et al. 2023), harga merupakan nominal nilai pada jasa atau komoditas yang dapat ditukarkan oleh konsumen agar merasakan manfaat atas suatu jasa atau produk dengan memiliki, menggunakan, memanfaatkan atau membeli jasa atau produk tersebut (Saputro and Irawati 2023). Harga juga dapat menginterpretasikan kualitas suatu barang ataupun jasa. Maka dari itu, para pelaku usaha harus memiliki kemampuan dalam menentukan harga dengan tepat atas suatu produk atau jasa karena saat membeli suatu produk, karena harga menjadi bahan pertimbangan pembeli (Julia and K 2023). Terdapat empat indikator yang memperlihatkan karakteristik harga menurut (P. Kotler and Armstrong 2008) yaitu terjangkau harga, keselarasan harga dan kualitas produk, daya saing harga, dan harga yang disesuaikan dengan keunggulan produk.

Hipotesis 2: Harga berpengaruh terhadap minat beli.

### **Kesadaran Halal**

Definisi kesadaran menurut (Hasibuan, Nasution, and Anggraini 2017) adalah usaha seseorang untuk memahami, merasakan hingga menjadi sadar terhadap sesuatu ataupun objek. Dalam konteks halal, menurut (Firdausi, Farahdiba, and Munthe 2020) kesadaran

diartikan sebagai kemampuan mengetahui apa yang baik ataupun buruk mengenai sesuatu yang diperbolehkan untuk digunakan, dikonsumsi atau dipakai berlandaskan pada hukum islam. Dalam perspektif industri, kesadaran halal adalah kesadaran dalam mengkonsumsi suatu produk yang terbebas dari hal-hal yang dilarang dan diharamkan dalam syariat islam (Fitriyani et al. 2023). Menurut (Setyaningsih and Marwansyah 2019), sadar halal didefinisikan sebagai kemampuan dasar yang dikuasai oleh umat muslim guna memahami konsep halal, proses halal, dan memberikan prioritas pada konsumsi yang halal demi kepentingan pribadinya.

Sedangkan menurut (Fitriyani et al. 2023), kesadaran halal yaitu kemampuan yang dimiliki oleh umat muslim untuk memahami dan mempelajari konsep halal dan haram sesuai prinsip syariat. Berdasarkan dari definisi para ahli dapat disimpulkan, kesadaran halal ialah suatu kemampuan yang harus dikuasai oleh setiap umat muslim dalam mengetahui dan memahami mengenai unsur-unsur halal dan haram terkait apa saja yang diperbolehkan maupun dilarang untuk dikonsumsi berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits. Menurut (Yunus et al. 2014) kesadaran halal dapat diukur berdasarkan indikator yakni bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi, kebersihan produk dan pemahaman produk halal luar negeri.

Hipotesis 3: Kesadaran Halal berpengaruh terhadap minat beli.

Hipotesis 4: Gaya hidup, Harga, dan Kesadaran Halal memiliki pengaruh terhadap minat beli.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat muslim yang mengetahui tentang restoran Korea halal di jabodetabek. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan teknik purposive sampling, dengan beberapa kriteria yakni Masyarakat muslim, mengetahui tentang restoran Korea halal di jabodetabek dan belum pernah mengunjungi restoran Korea halal di jabodetabek. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar melalui Google Form, Data yang telah terkumpul dan memenuhi kriteria penelitian diolah melalui software SPSS versi 26. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Pengujian yang dilakukan antara lain, analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Restoran Korea halal di wilayah jabodetabek yang telah mendapatkan sertifikat halal MUI hanya 2, yaitu Subukan All You Can Eat dan Mujigae Resto. Sehingga pada penelitian ini peneliti menggunakan 2 restoran Khas Korea Selatan yang sudah memiliki sertifikasi halal yaitu Subukan All You Can Eat dan Mujigae Resto. Subukan All You Can Eat merupakan salah satu restoran bernuansa Korea Selatan yang hadir dengan konsep Bulgogi Buffet. Mujigae Resto merupakan salah satu restoran Korea halal di Indonesia. Pada 13 Februari 2017 menjadi restoran Korea pertama di Indonesia yang memiliki sertifikasi halal MUI dengan nomor 03160016450417 yang memiliki komitmen untuk menyajikan makanan yang halal. Resep makanan yang digunakan berasal dari resep asli Mujigae Resto yang memiliki rasa khas Korea dengan menggunakan bahan baku halal dan tentunya berkualitas. Mujigae resto menawarkan menu sarapan, cemilan, menu sehari-hari, Korean Barbeque dan menu paket lengkap ala Korea. Saat ini, Mujigae hadir dengan 2 macam outlet yaitu outlet online dan offline. Mujigae outlet online delivery terdiri dari 61 outlet yang tersebar di wilayah jabodetabek, Purwakarta, Karawang, Jatinangor, Cimahi, dan Bandung. Sedangkan outlet Mujigae Resto terdapat 3 outlet offline di daerah Bandung, Bekasi, dan Tangerang.

Variabel minat beli, gaya hidup, harga dan kesadaran halal telah memenuhi syarat uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian berdasarkan hasil uji asumsi klasik variabel gaya hidup, harga, dan kesadaran halal juga telah memenuhi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas, dengan persamaan hasil regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,005 + 0,294 \text{ gaya hidup} + 0,328 \text{ harga} + 0,154 \text{ kesadaran halal} + e$$

Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 1,005 yang dapat diartikan bahwa jika koefisien regresi pada konstanta adalah 1,005 artinya gaya hidup, harga, dan kesadaran halal nilainya 0, maka minat beli mahasiswa meningkat sebesar 1,005. Dengan demikian, hasil tersebut dapat disimpulkan bernilai positif. Pada variabel gaya hidup temuan nilai konstanta yakni 0,294, artinya apabila gaya hidup mengalami peningkatan satu satuan pengetahuan, maka mengakibatkan peningkatan pada variabel minat beli sebesar 0,294. Pada variabel harga sebesar 0,328 yang berarti ketika harga mengalami kenaikan satu satuan maka dapat menaikkan daya beli masyarakat muslim di restoran Korea halal jabodetabek sebesar 0,328. Pada variabel kesadaran halal, koefisien regresi adalah sebesar 0,154 yang berarti setiap

penambahan pada nilai kesadaran halal satu satuan akan meningkatkan variabel minat beli sebesar 0,154.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli di Restoran Korea Halal Jabodetabek**

Gaya hidup memiliki pengaruh signifikan pada minat beli pada restoran Korea halal di jabodetabek, Dengan demikian dapat disimpulkan, jika variabel gaya hidup meningkat, maka minat beli konsumen juga akan meningkat. Dimana peningkatan gaya hidup masyarakat diartikan bahwa perilaku, kebiasaan, dan preferensi masyarakat menunjukkan ciri khas yang lebih khas Korea. Menurut hasil penelitian, gaya hidup diidentifikasi sebagai faktor penting dalam merangsang minat konsumen untuk mencoba hidangan khas Korea di restoran Korea halal di jabodetabek, dimana responden memilih makan di restoran Korea halal di jabodetabek karena memiliki cita rasa unik khas Korea. Hasil dari kajian ini sesuai dengan temuan dalam penelitian terdahulu oleh Wijaksono et al., (2022) dan Kamaluddin & Muhajirin (2018) artinya pada industri yang berbeda gaya hidup tetap memengaruhi minat beli masyarakat. Hal ini dikarenakan individu cenderung tertarik untuk membeli produk atau layanan yang disesuaikan pada gaya hidup mereka serta cenderung mengkonsumsi sesuatu yang mencerminkan cita rasa atau sesuai dengan pribadi mereka.

### **Pengaruh Harga terhadap Minat Beli di Restoran Korea Halal Jabodetabek**

Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya ketertarikan yang positif pada variabel harga dan minat beli, dimana ketika harga naik yang disertai peningkatan kualitas rasa dan pelayanan, maka minat beli konsumen juga cenderung meningkat. Berlandaskan data riset yang diperoleh menandakan jika ketertarikan masyarakat tumbuh untuk mencoba makanan dan minuman di restoran Korea halal di jabodetabek karena harga di restoran Korea halal di jabodetabek sangat sesuai dengan pelayanan jasa yang diberikan artinya kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik. Temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini sesuai pada hasil penelitian terdahulu (Riana et al., 2023), Taslim & Pramuditha (2021), Norvadewi et al., (2021), dan Rayuwati et al., (2022), dimana harga berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian, harga memainkan peran penting dalam memengaruhi minat beli masyarakat dalam menentukan sejauh mana konsumen tertarik untuk membeli makanan dari restoran Korea halal di jabodetabek.

### **Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Beli di Restoran Korea Halal Jabodetabek**

Kesadaran halal mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada restoran Korea halal jabodetabek. Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan nilai positif, artinya ketika kesadaran halal masyarakat terkait bahan-bahan makanan yang

digunakan sesuai dengan syariat meningkat, maka semakin tinggi pula minat beli mereka untuk mengkonsumsi makanan dan minuman pada restoran Korea halal jabodetabek. Kesadaran halal masyarakat terkait kandungan bahan makanan yang digunakan mencerminkan kepatuhan masyarakat terhadap prinsip-prinsip kehalalan dalam agama islam. Konsumen muslim lebih cenderung mencari makanan yang dianggap lebih aman untuk dikonsumsi seperti tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh Allah swt yang pada akhirnya dapat menciptakan persepsi bahwa restoran Korea halal di jabodetabek adalah pilihan yang aman untuk dikonsumsi oleh konsumen muslim.

Konsisten dengan temuan kajian sebelumnya oleh Tuzzahra et al., (2023), Norvadewi et al., (2021), Cupian et al., (2023), dan Harminingtyas & Noviana (2021) masing-masing memperoleh hasil penelitian kesadaran halal dapat berpengaruh terhadap minat beli pada industri yang sama seperti penelitian ini yakni industri kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih mementingkan kehalalan pada produk yang akan dikonsumsi serta memiliki ketertarikan untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang telah dijamin kehalalan bahan makanannya. Dengan menggunakan bahan-bahan yang halal, proses masak yang dapat dipercaya kehalalannya dengan kualitas makanan yang baik dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen dan mendorong minat beli masyarakat.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan dengan temuan analisis pada variabel Gaya Hidup, Harga, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Beli di Restoran Korea Halal di Jabodetabek. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli. Sehingga dalam hal ini berarti bahwa gaya hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas dan pendapatnya mengenai kualitas rasa dari suatu hidangan memiliki potensi untuk memikat minat masyarakat dalam pembelian produk makanan atau minuman. Selanjutnya untuk variabel harga juga menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Dalam hal ini berarti persepsi masyarakat terhadap kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli makanan dan minuman di restoran Korea halal di jabodetabek. Kemudian, pada variabel kesadaran halal ditemukan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti masyarakat mengetahui dan memahami bahan makanan yang digunakan di restoran Korea halal di jabodetabek dapat dikonsumsi dan termasuk bahan-bahan yang halal sehingga masyarakat menjadi tertarik atau berminat untuk mencoba makanan dan minuman di restoran Korea halal di jabodetabek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jln, Yani No, Benteng Ps, and Atas Bukittinggi. 2023. "Pengaruh Online Travel Agent Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Konsumen Membeli Tiket Secara Online Di Kota Payakumbuh." 9(2).
- Badan Pusat Statistik. 2022. "Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020-2022." 2022.
- Cupian, Meilasari K, and Noven Sarah Annisa. 2023. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim Di Kota Banjar." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam JIEI* 9(1): 135–42.
- Ernawati, Sri, and Wan Koerniawan. 2023. "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima 1Sri." 16(1): 207–15.
- Ferdinand, and Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Edisi 5. Universtas Diponegoro : Semarang.
- Firdaus, Muhammad, Haby Ash, and Septyan Budy Cahya. 2023. "Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi." 11(2).
- Firdausi, Asri Sekar Mawar, Dea Farahdiba, and Abdillah Menri Munthe. 2020. "Determining Consumers' Willingness to Buy Halal Meat." *Jurnal Bisnis Strategi* 29(2): 143–62.
- Fitriyani, Uus Ahmad Husaeni, Reksa Jayengsari, and Farid Faisal. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Mahasiswa Ptkis Di Kabupaten Cianjur." *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 6(1): 30–39.
- Hasibuan, H. A., M. D. T. P. Nasution, and F. Anggraini. 2017. "The Effect of Halal Label, Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy." *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary* 3(11): 140–47.
- Hunowu G.M., Laurencia, Stanss Lapian L. H. V. J, and Sjendry Loindong S.R. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Codashop." *Jurnal EMBA* 11(1): 1033–41.
- Ibnu Akil Habibie, Muhamad, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Ikhwan Hamdani. 2022. "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Produk Ayam Kane Terhadap Minat Beli Masyarakat Kelurahan Tengah Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4(2): 410–19.
- Jannah, Shitara Raudhotul, Zulfa Khoirunnisa, and Andhita Risko Faristiana. 2023. "Pengaruh Korean Wave Dalam Fashion Style Pada Remaja Di Indonesia." *Ekonomi Bisnis dan Manajemen* 1(3): 11–20.
- Julia, Siti, and Kamilah K. 2023. "Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5: 61–66.
- Khotimah, Husnul, Muhammad Khafid, and Amin Pujiati. 2016. "Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli." *Journal of Economic Education* 5(2): 110–21.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2008. *Prinsip–Prinsip Pemasaran (Edisi Terjemah)*. Edisi Kedu. Erlangga.
- Kotler, Philip, and K. L. Keller. 2016. Pearson Education Limited *Marketing Management*.
- Luthfianto, Dawud, and Heru Suprihhadi. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(2).
- Mahardika, Sinta. 2023. "Sejarah Perkembangan Korean Style Di Kota Jambi."

- KRINOK: Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP UNJA* 2(2): 62–73.
- Narvatinova, Vica Nadila, Fitriani Latief, and Andi Ircham Hidayat. 2023. “Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrift Shop Online Di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @Thriftbuy.Me Kota Makassar).” 12(1): 13–22.
- Nisak, Maslatun, and Tutik Sulistyowati. 2022. “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4(2): 86–96.
- Nurfauzi, Yogi et al. 2023. “Quality And Competitive Pricing Literature Review : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(January): 183–88.
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.
- Putri, Yosie Anne. 2018. “Pengaruh Bauran Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi.” *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* 1(2): 137–44.
- Riana, Zenni et al. 2023. “Analysis Of The Influence Of Product Differentiation, Service Quality And Price On Interest In Buying Processed Chicken-Based Food Products.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(1): 547–54.
- Rizky, Muhammad, Irza Fachruddin, and Moch Khoirul Anwar. 2022. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya.” *Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial* 3(November): 1–10.
- Samsul, Supriadi Muslimin, and Wardah Jafar. 2022. “Journal of Islamic Economics.” *Journal of Islamic Economics* 4(1): 1–11.
- Saputro, A.ang Wahyu, and Zulfa Irawati. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Second Brand.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5: 646–51.
- Sari, Devia Triska, Muhammad Mona Adha, Devi Sutrisno Putri, and Rohman. 2023. “Pengaruh Nilai Modern Contemporary Korean Wave Terhadap Kebudayaan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan* 3(1): 1–9.
- Setyaningsih, Eka Dyah, and Sofyan Marwansyah. 2019. “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products.” *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 3(1): 65.
- So, Won. 2020. “Distribution of K-Pop Views on YouTube Worldwide as of June 2019, by Country. Statista.”
- Taslim, Vina Angelika, and Charisma Ayu Pramuditha. 2021. “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang.” *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* 2(2): 143–53.
- Totok Sasongko, Moh. Askianto, and Yuniarti. 2023. “Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Anvibi Cafe Malang.” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* 11: 45–53.
- Tuzzahra, Andini Ginanti, Meutia, and Ahmad Bukhari. 2023. 1 Proceedings of the 2nd International Conference for Smart Agriculture, Food, and Environment (ICSAFE 2021) *Effect of Halal Label, Halal Awareness and Product Composition Information on Consumer Buying Interest in Local Food Products (A Case in the District of Rangkasbitung) Andini*. Atlantis Press International BV.
- Viana, Eka Dasra. 2021. “Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek.” 12(3): 252–64.
- Wijaksono, Wayan, Adi Santoso, and Eka Destriyanto Pristi. 2022. “Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup Dan Ewom Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Gusti Ponorogo.” *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 5(2): 63–75.
- Yulindasari, Elsa Rizki, and Khusnul Fikriyah. 2022. “Pengaruh E-WoM (Electronic Word of

Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3(1): 55.

Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, Wan Edura Wan Rashid, Norafifa Mohd Ariffin, and Norhidayah Mohd Rashid. 2014. “Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130: 145–54.