

ABSTRAK

Taufiqur Rahman Bazuri (1219220136) Pengaruh *Korean Wave*, Labelisasi Halal dan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tteobboki Kemasan Pada Generasi Z di Kota Bandung

Globalisasi telah membawa berbagai budaya asing ke Indonesia, termasuk *Korean Wave (Hallyu)* yang semakin populer. Tren ini juga berdampak pada meningkatnya minat terhadap kuliner Korea, terutama Tteokbokki kemasan, di kalangan remaja penggemar budaya Korea. Namun, hingga tahun 2024, BPJPH baru menerbitkan 2.892 sertifikat halal luar negeri dari total 82.407 produk impor dari 45 negara, sehingga masih ada sekitar 79.515 produk yang belum memiliki sertifikat halal. Data tahun 2021 juga menunjukkan bahwa Tteokbokki menjadi produk makanan beku dengan penjualan tertinggi di Shopee dan Tokopedia, mencapai Rp 125,8 juta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara statistik pengaruh *Korean wave*, labelisasi halal, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang dikumpulkan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada populasi yang telah ditentukan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian. Analisis data mencakup uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis, sementara pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 30.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *korean wave* secara parsial memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi sebesar 0,103 ($> 0,05$) dan nilai t_{hitung} (1,647) lebih kecil dari t_{tabel} (1,984), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Variabel labelisasi halal juga menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi sebesar 0,853 ($> 0,05$) serta nilai t_{hitung} (0,186) yang lebih kecil dari t_{tabel} (1,984), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Sementara itu, variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$) dan t_{hitung} sebesar 9,162 yang lebih besar dari t_{tabel} (1,984), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil uji F, dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$) dan F_{hitung} sebesar 64,404 yang lebih besar dari F_{tabel} (2,70), dapat disimpulkan bahwa variabel *korean wave*, labelisasi halal, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,658 atau 65,8%, yang berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut sebesar 65,8%, sedangkan 34,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: *Korean Wave, Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*