

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Kerangka Teori.....	10
1.4.1 Teori Interpretasi Sosial (Fenomenologi) Alfred Schutz.....	10
1.4.2 Teori Impulse Buying	11
1.4.3 Integrasi Teori dalam Penelitian	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Fenomenologi	14
2.2 Budaya Populer	16
2.2.1 Pengertian Budaya Populer.....	16
2.2.2 Peran Media dalam Penyebaran Budaya Populer	17
2.3 Budaya Pop Korea.....	19
2.3.1 Pengertian dan Sejarah Korean Wave (Hallyu).....	21
2.3.2 Peran K-Drama dan K-Pop dalam Penyebaran Korean Wave	23

2.3.3 Pengaruh Korean Wave di Indonesia.....	26
2.3.4 Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Korean Wave	28
2.4 Makanan Korea	31
2.4.1 Popularitas Makanan Korea di Indonesia	31
2.4.2 Tradisi dan Keunikan Masakan Korea.....	33
2.4.3 Pengaruh K-Drama dan Media terhadap Minat Masyarakat terhadap Makanan Korea.....	35
2.4.1 Tradisi Menyajikan Makanan Korea Selatan.....	39
2.5 <i>Impulse Buying</i>	41
2.5.1 Pengertian <i>Impulse Buying</i>	41
2.5.2 Tipe-tipe dan karakteristik pembelian <i>Impulse Buying</i>	44
2.6 Gen Z.....	46
2.6.1 Karakteristik Generasi Z.....	46
2.6.2 Pengaruh Teknologi dan Media Sosial terhadap Gen Z	48
2.6.3 Preferensi Gen Z terhadap Budaya Pop Korea	49
2.7 Penelitian terdahulu	52
BAB III	59
METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Jenis Penelitian	59
3.4 Objek Penelitian	60
3.5 Subjek Penelitian	60
3.4 Sumber Data Penelitian	61
3.4.1 Data Primer	62
3.4.2 Data Sekunder	62
3.5 Lokasi Penelitian	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data	63
3.6.1 Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>)	63
3.7 Teknik Analisis Data	64
3.8 Keabsahan Data	66
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Penelitian	67

4.2	Deskripsi Singkat Narasumber.....	69
4.3	Hasil penelitian.....	70
4.3.1	Ketertarikan pada Budaya Korea.....	71
4.3.2	Awal Ketertarikan pada makanan Korea.....	73
4.3.3	Alasan Ketertarikan Pada Makanan Korea.....	76
4.3.4	Frekuensi Makan Makanan Korea.....	77
4.3.5	Peran Media Sosial.....	80
4.3.6	Pemicu Pembelian Impulsif.....	82
4.3.7	Perasaan Setelah Melakukan Pembelian Impulsif.....	85
4.4	Pembahasan.....	86
4.4.1	Ketertarikan Pada Budaya Korea.....	86
4.4.2	Media Sosial dan <i>Influencer</i>	87
4.4.3	Media Visual Pada Perilaku Konsumsi.....	88
4.4.4	Media Sosial Pada Konsumsi Makanan.....	90
4.4.5	Pembelian Impulsif.....	93
BAB V	96
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	97
	DAFTAR PUSTAKA.....	99
	LAMPIRAN.....	103
	INTERVIEW GUIDE.....	103
	DOKUMENTASI WAWANCARA.....	107