



**HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON TAYANGAN VARIETY SHOW
KOREA (*RUNNINGMAN*) DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER
GROUP DENGAN IDENTIFIKASI PERILAKU GAYA HIDUP PADA
REMAJA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Pradita Nussy Rinjani

14030113130126

**PROGRAM STUDI SI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pradita Nesy Rinjani

NIM : 14030113130126

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea
(*Runningman*) dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Identifikasi
Perilaku Gaya Hidup pada Remaja**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 22 Agustus 2017

Pembuat Pernyataan,

Pradita Nesy Rinjani

14030113130126

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea (*Runningman*) dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Identifikasi Perilaku Gaya Hidup pada Remaja

Nama Penyusun : Pradita Nessy Rinjani

NIM : 14030113130126

Jurusan : Ilmu Komunikasi / S-1 Reguler

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan I Bidang Akademis

Dr. Sunarto, M.Si

NIP: 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

NIP 19610510.198902.1.002

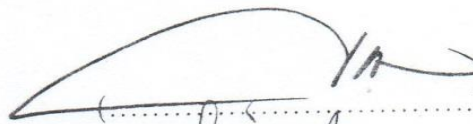
Dosen Pembimbing :

1. Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.I.Kom

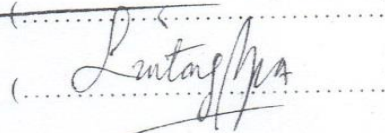
(.....)

Dosen Penguji :

1. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si

(.....)

2. Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, S.Sos, M.Si

(.....)

HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

INDEED WITH HARDSHIP
COMES EASE

15:85

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya yang di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “**Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea (*Runningman*) dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Identifikasi Perilaku Gaya Hidup pada Remaja**”.

Keberhasilan penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, semangat, juga doa dari orang-orang sekitar penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bantuan dan dukungan selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Keluarga tercinta **Bapak H. Sugeng Haryanto, Ibu Hj. Sari Ayu Andharwati, Kakak Raditya Himawan Geryanto, dan Adik Ganesha Pamuragil** yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian, dan dukungan serta doanya di setiap langkah yang penulis ambil.
2. Rekan terbaik selama 5 tahun terakhir, **M. Dhiyaul Hadi** yang tidak pernah lelah mendengarkan keluhan dan selalu memberikan dukungannya kepada penulis.
3. Korean Variety Show, yang selalu setia menemani penulis dan memberikan tayangan-tayangan yang mengundang tawa ketika penulis merasa bosan dan butuh hiburan selama proses penyusunan skripsi.
4. **Dr. Sunarto, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
5. **Dr. Hapsari Dwiningtyas. S,Sos. MA**, selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
6. **Much Yuliyanto, S.Sos, M.Si** selaku dosen wali yang telah membimbing penulis dalam melaksanakan kuliah selama 4 tahun di Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro

7. **Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.I.Kom** selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan pemahaman, bimbingan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. **Agus Naryoso, S.Sos, M.Si, dan Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, S.Sos, M.Si** selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi yang dilakukan penulis.
9. **Primada Qurrota Ayun, S.I.Kom, MA** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama pembuatan bab 1, dan sering kali menjadi teman mengobrol bagi penulis dalam menentukan tahapan tahapan yang sebaiknya dipersiapkan terlebih dahulu dalam proses pembuatan skripsi.
10. **Annisa Rachmania, Anggia Anindita, dan Cinthya Pradipta** sebagai sahabat penulis yang sudah dikenal sejak kecil dan masih terus menjaga komunikasi yang terjalin, meskipun penulis selama empat tahun terakhir menempuh pendidikan di Semarang.
11. **Septia Yunusiah**, yang seringkali menyelamatkan penulis dari tidak adanya kegiatan untuk dilakukan, dan menjadi rekan makan, jajan, jalan-jalan, galau, karaokean dan sebagainya bagi penulis selama empat tahun di Semarang.
12. **Vallencia Anggie Ariesta dan Ahmad Maulana**, yang telah menjadi sahabat bagi penulis sejak dimulainya pmb dan seringkali menjadi rekan sekelompok bagi penulis untuk tugas-tugas kelompok yang dihadapi semasa kuliah juga sebagai sahabat yang selalu menemani penulis disaat dibutuhkan.
13. **Bikki, Andy, Bobi, Bejo, Tiara, Anggi, Celsi, dan Ian** yang sering kali menjadi rekan penulis ketika bepergian, liburan, jalan-jalan, makan, dan lain sebagainya selama 4 tahun terakhir.
14. **Petrus, Aldien, Vije, Raid, Reza, Arya, Dipta, dkk** yang sering menjadi rekan satu kelompok, juga sahabat yang sering kali ditumpangi kendaraannya oleh penulis selama penulis menetap di Semarang.

15. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Undip angkatan 2013, khususnya kelas 09 yang telah menemani penulis dari semester pertama kuliah hingga sekarang yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang menyenangkan selama masa kuliah.

16. Juga beberapa rekan-rekan dari semasa sekolah penulis yang banyak membantu penulis dalam menyesuaikan diri dengan dunia rantau sejak awal masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka, dalam kesempatan ini penulis sangat mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, Agustus 2017

Pradita Nesy Rinjani
14030113130126

ABSTRAK

Judul : Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea (*Running Man*) dan Intensitas Komunikasi *Peer Group* dengan Identifikasi Perilaku Gaya Hidup pada Remaja

Nama : Pradita Nessy Rinjani

NIM : 14030113130126

Prodi : Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNDIP

Remaja seringkali menjadikan tayangan yang disaksikannya sebagai panutan dan cenderung untuk mengikuti gaya hidup yang disaksikannya dalam tayangan. Perilaku tersebut jika dilakukan terlalu sering, dikhawatirkan akan mengarah pada perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas menonton tayangan variety show Korea (*running man*) dan intensitas komunikasi *peer group* dengan identifikasi perilaku gaya hidup pada remaja. Responden dari penelitian ini adalah remaja berusia 18-22 tahun di Kota Semarang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang dimana pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*.

Uji hipotesis antara intensitas menonton tayangan variety show Korea (*running man*) dengan penerapan perilaku gaya hidup pada remaja dan intensitas komunikasi *peer group* dengan penerapan perilaku gaya hidup pada remaja menggunakan uji analisis Koefisiensi Korelasi Rank Kendall, sedangkan untuk menguji korelasi antara dua variabel bebas dengan satu variabel terikat, digunakan uji analisis Korelasi Konkordasi Rank Kendall (Kendall's W Test). Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini dengan kekuatan hubungan yang berbeda-beda. Hasil penelitian menunjukkan semakin sering intensitas menonton tayangan variety show Korea (*running man*) akan berpengaruh pada tingginya perilaku identifikasi yang dilakukan oleh remaja, begitu pula dengan semakin sering intensitas komunikasi remaja dengan *peer group*, maka akan semakin tinggi pula perilaku identifikasi gaya hidup yang dilakukan remaja. Hal ini disebabkan semakin sering remaja menyaksikan tayangan, maka akan semakin sering juga remaja memperhatikan apa yang dilakukan idolanya dalam tayangan tersebut. Begitu juga dengan semakin sering intensitas komunikasi *peer group* yang dilakukan remaja, maka akan semakin tinggi juga perilaku identifikasi gaya hidup dengan tujuan adaptasi oleh remaja.

Kata Kunci: Variety Show Korea *Running Man*, Komunikasi *Peer Group*, Identifikasi Gaya Hidup.

ABSTRACT

Title : The Correlation of Watching Korean Variety Show Intensity (Running Man) and Peer Group Communication Intensity with Lifestyle Identification Behavior to Adolescent

Name : Pradita Nussy Rinjani

NIM :14030113130126

Study : Communication Studies, Faculty of Social Science and Political Science, Diponegoro University

Teenagers often makes television programs that they watched as an example of how they should behave and keep up their lifestyle as they witness in the television program. The behavior that being identified by adolescent through a program, could lead them to consumptive behavior. This study aims to determine the correlation of watching Korean variety show intensity (running man) and peer group communication intensity with lifestyle identification behavior to adolescent. The respondents in this research is the teenagers in the city of Semarang that aged 18 to 22 years. The study sample size of 50 people where the sampling is done with purposive sampling technique.

To examine the correlation between the variable of intensity of watching Korean variety show (running man) with the lifestyle identification behavior to adolescent variables and correlation between the variable of intensity of peer group communication with the lifestyle identification behavior to adolescent variables are using Kendall Rank Correlation Coefficient analysis, while for the test between the two independent variables with the dependent variable is using the Kendall's Rank Concordance analysis (Kendall's W Test). The results of the study shown that, the higher intensity of watching Korean variety show (running man) will be followed by higher identification behavior to adolescent, this is because teenagers with high intensity of watching will be easily paying attention to what their idol do and what their idol wear in the program. Likewise, the higher the intensity of peer group communication will be followed by higher identification behavior to adolescent because teenagers mostly will try to be accepted so that they can feels save and survive in their peer group.

Keywords : Korean Variety Show, Running Man, K-Pop, Peer Group, Correlation, Lifestyle.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea (*Running Man*) dan Intensitas Komunikasi *Peer Group* dengan Identifikas Perilaku Gaya Hidup pada Remaja”. sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, tetapi Alhamdulillah dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Semarang, 22 Agustus 2017

Pradita Nussy Rinjani

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Keaslian.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Diagram.....	xv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Signifikansi Penelitian.....	9
1.4.1 Signifikansi Teoritis.....	9
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	9
1.4.3 Sinifikansi Sosial.....	10
1.5. Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Paradigma Penelitian	10
1.5.2 State of the Art	11

1.5.3	Hubungan Intensitas Menonton Tayangan (<i>Running Man</i>) dengan Perilaku Penerapan Gaya Hidup.....	13
1.5.4	Hubungan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Penerapan Perilaku Gaya Hidup.....	16
1.5.5	Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Variety Show Korea (<i>Runningman</i>) dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Penerapan Perilaku Gaya Hidup pada Remaja.	20
1.6.	Hipotesis.....	28
1.7.	Definisi Konseptual.....	29
1.8.	Definisi Operasional.....	29
1.9.	Metoda Penelitian.....	32
1.9.1.	Tipe Penelitian.....	32
1.9.2.	Populasi dan Sampel.....	32
1.9.2.1.	Populasi.....	32
1.9.2.2.	Sampel.....	33
1.9.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
1.9.4.	Jenis dan Sumber Data.....	34
1.9.4.1.	Jenis Data.....	34
1.9.4.2.	Sumber Data.....	34
1.9.5.	Skala Pengukuran.....	35
1.9.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
1.9.7.	Instrumen Penelitian.....	35
1.9.8.	Teknik Analisis.....	35
1.9.8.1.	Tabulasi Silang.....	36
1.9.8.2.	Koefisiensi Korelasi Rank Kendall.....	36
1.9.8.3.	Koefisiensi Korelasi Konkordansi Rank Kendall.....	37
BAB II GAMBARAN UMUM.....		38
2.1	Budaya Populer.....	38
2.2	Budaya Korean Pop (K-Pop).....	43

2.3 Tayangan Variety Show Korea <i>Running Man</i>	46
BAB III TEMUAN PENELITIAN	54
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.1.1 Variabel Intensitas Menonton Tayangan <i>Running Man</i>	55
3.1.2 Variabel Intensitas Komunikasi <i>Peer Group</i>	55
3.1.3 Variabel Penerapan Perilaku Gaya Hidup pada Remaja.....	56
3.2 Karakteristik Responden.....	56
3.2.1 Usia.....	56
3.2.2 Jenis Kelamin.....	57
3.2.3 Pekerjaan.....	58
3.3 Intensitas Menyaksikan Tayangan Variety Show <i>Running Man</i> (X1)...	59
3.3.1 Frekuensi Menyaksikan Tayangan dalam Satu Minggu.....	59
3.3.2 Lama Menyaksikan Tayangan.....	60
3.3.3 Perilaku Ketika Menyaksikan Tayangan.....	61
3.3.4 Perilaku Mengingat Tayangan yang Pernah Disaksikan.....	62
3.3.5 Perilaku Mengetahui Bintang Tamu.....	63
3.4 Kategorisasi Variabel Intensitas Menyaksikan <i>Running Man</i>	63
3.5 Intensitas Komunikasi <i>Peer Group</i> (X2).....	65
3.5.1 Frekuensi Bertemu dengan <i>Peer Group</i> dalam Satu Minggu.....	65
3.5.2 Lama Pertemuan dengan <i>Peer Group</i>	66
3.5.3 Perilaku Berkomunikasi Melalui Media Online.....	67
3.5.4 Perilaku Berkomunikasi secara Pribadi dan Kelompok.....	68
3.5.5 Kepuasan Berkomunikasi Secara Langsung.....	69
3.6 Kategorisasi Variabel Intensitas Komunikasi <i>Peer Group</i>	69
3.7 Penerapan Perilaku Gaya Hidup (Y).....	70
3.7.1 Perilaku Penggunaan <i>Running Shoes/Sneakers</i>	71
3.7.2 Perilaku Penggunaan Aksesoris Kepala.....	72
3.7.3 Perilaku Penggunaan Jaket/Outer Lainnya.....	73
3.7.4 Perilaku Penggunaan Pakaian dengan Detail Full Print.....	74

3.7.5 Perilaku Penggunaan Rok/Celana Diatas Lutut.....	75
3.7.6 Perilaku Pemilihan Merek Gadget.....	76
3.7.7 Perilaku Mendengarkan Lagu Berbahasa Korea.....	77
3.7.8 Perilaku Menghadiri Acara Bertajuk Tema Korea.....	78
3.7.9 Perilaku Menggunakan Brand Make-Up dari Korea.....	79
3.7.10 Perilaku Pembelian Langsung dari Korea Selatan.....	80
3.7.11 Perilaku Menggunakan Istilah/Bahasa Korea.....	80
3.7.12 Perilaku Mengonsumsi Makanan Korea.....	81
3.7.13 Perilaku Mengunjungi Restoran Korea.....	82
3.7.14 Perilaku Memproduksi Sendiri Masakan Korea.....	83
3.7.15 Perilaku Membeli Makanan Instan/Kemasan asal Korea.....	84
3.7.16 Perilaku Mengonsumsi Mie Instan Pedas “Samyang”.....	84
3.8 Kategorisasi Variasi Penerapan Perilaku Gaya Hidup.....	85
3.9 Tabel Silang X1 dengan Y.....	88
3.10 Tabel Silang X2 dengan Y.....	89
3.11 Tabel Silang X1 dan X2 dengan Y.....	90
BAB IV UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1 Pengujian Hipotesis.....	92
4.1.1 Pengujian Hipotesis Kendall’s Tau-b.....	92
4.1.2 Pengujian Hubungan X1 dengan Y.....	93
4.1.3 Pengujian Hubungan X2 dengan Y.....	94
4.1.4 Pengujian Hipotesis Berganda Kendall’s Coefficient of Concordance.....	96
4.1.5 Pengujian Hipotesis X1 dan X2 dengan Y.....	97
4.1.6 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	98
4.2 Pembahasan.....	99
4.2.1 Analisis Hubungan antara X1 dengan Y.....	99
4.2.2 Analisis Hubungan antara X2 dengan Y.....	100
4.2.3 Analisis Hubungan antara X1 dan X2 dengan Y.....	101
BAB V PENUTUP.....	103

5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Jumlah Penonton Event Korea di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Percakapan <i>Peer Group</i> Remaja dengan Menggunakan Istilah dan Panggilan Bahasa Korea.....	6
Gambar 1.3 Bagan Perkembangan Efek Media Massa.....	22
Gambar 1.4 Geometri Hubungan Antar Variabel	10
Gambar 2.1 Program Variety Show <i>Running Man</i>	47
Gambar 2.2 Daftar Pengisi Acara <i>Running Man</i>	48
Gambar 2.3 Rating <i>Running Man</i> di Korea Selatan.....	52

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Kategorisasi Variabel Intensitas Menonton Tayangan.....	70
Diagram 3.2 Kategorisasi Variabel Intensitas Komunikasi <i>Peer Group</i>	78
Diagram 3.3 Kategorisasi Variabel Penerapan Perilaku Gaya Hidup.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 3.2 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 3.3 Presentase Responden Berdasarkan Tingkan Pendidikan.....	58
Tabel 3.4 Frekuensi menyaksikan Tayangan <i>Running Man</i>	60
Tabel 3.5 Lama menyaksikan Tayangan <i>Running Man</i>	60

Tabel 3.6 Perilaku menyaksikan Tayangan <i>Running Man</i>	61
Tabel 3.7 Perilaku Mengingat Tayangan yang Sudah Disaksikan.....	62
Tabel 3.8 Perilaku Mengetahui Bintang Tamu.....	63
Tabel 3.9 Frekuensi Pertemuan dengan <i>Peer Group</i>	66
Tabel 3.10 Lama Pertemuan dengan <i>Peer Group</i>	66
Tabel 3.11 Perilaku Komunikasi di Media Online dengan <i>Peer Group</i>	67
Tabel 3.12 Perilaku Komunikasi Secara Personal dan Kelompok.....	68
Tabel 3.13 Kepuasan Komunikasi secara Langsung dengan <i>Peer Group</i>	69
Tabel 3.14 Perilaku Menggunakan <i>Running Shoes/Sneakers</i>	72
Tabel 3.15 Perilaku Menggunakan Aksesoris Kepala.....	73
Tabel 3.16 Perilaku Menggunakan Jaket/Outer.....	74
Tabel 3.17 Perilaku Menggunakan Pakaian Detail <i>Full Print</i>	75
Tabel 3.18 Perilaku Menggunakan Rok/Celana Pendek diatas Lutut.....	76
Tabel 3.19 Pemilihan Merek Gadget.....	77
Tabel 3.20 Perilaku Mendengarkan Lagu Berbahasa Korea.....	77
Tabel 3.21 Perilaku Menghadiri Acara Bertajuk Korea.....	78
Tabel 3.22 Perilaku Penggunaan Make Up asal Korea.....	79
Tabel 3.23 Perilaku Pembelian Langsung dari Korea.....	80
Tabel 3.24 Perilaku Penggunaan Istilah/Panggilan Korea.....	81
Tabel 3.25 Perilaku Mengkonsumsi Makanan asal Korea.....	82
Tabel 3.26 Perilaku Mengunjungi Restoran asal Korea.....	82
Tabel 3.27 Perilaku Memproduksi Masakan asal Korea.....	83
Tabel 3.28 Perilaku Membeli Makanan Instan asal Korea.....	84
Tabel 3.29 Perilaku Mengkonsumsi Mie Instan “Samyang”.....	85
Tabel 3.30 Tabel Silang Variabel X1 dengan Y.....	88
Tabel 3.31 Tabel Silang Variabel X2 dengan Y.....	89
Tabel 3.32 Tabel Silang Variabel X1 dan X2 dengan Y.....	90
Tabel 4.1 Hasil Korelasi SPSS X1 dengan Y.....	93

Tabel 4.2 Hasil Korelasi SPSS X2 dengan Y.....	95
Tabel 4.3 Hasil Korelasi SPSS X1 dan X2 dengan Y.....	97
Tabel 4.4 Hasil Hitung Uji Hipotesis.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Matriks Penelitian
Lampiran B	Kuesioner
Lampiran C	Tabel Induk
Lampiran D	Tabel Validitas dan Reliabilitas