

Pengaruh budaya jepang, budaya konsumsi, dan produk jepang terhadap perilaku konsumen

Anggi Puspita¹, Anisa Nur Fauziah², Annisa Destinda Supandi³, Aris Budi Setyawan⁴

Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.

¹Email: fauziahnisanur@gmail.com

Abstrak

Budaya Jepang di Indonesia sudah tersebar luas di kalangan remaja, globalisasi dan kemajuan teknologi menjadi salah satu faktor dalam penyebaran budaya Jepang, oleh karena itu aspek-aspek tersebut menjadikan perilaku konsumen unik dan penting untuk diketahui masyarakat bagaimana pengaruh dari budaya Jepang itu sendiri pada peningkatan budaya konsumsi konsumen, budaya Cosplay atau Costum Player adalah salah satu contoh studi yang unik dalam budaya Jepang itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menentukan pengaruh pemasaran dan lingkungan sosial budaya pada perilaku konsumsi produk asing yang mendukung pada budaya Jepang Cosplay di kalangan remaja. Metode penelitian menggunakan metode SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) yaitu sebuah program aplikasi yang digunakan untuk analisis statistik dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak dialog sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Budaya Jepang tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen, Budaya Konsumsi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen, Produk Jepang tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen, Sikap Pengguna Internet tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen. Secara simultan menunjukkan bahwa Budaya Jepang, Budaya Konsumsi, Produk Jepang, dan Sikap Pengguna Internet mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumen.

Kata Kunci: Budaya jepang; costum player; perilaku konsumsi

The effects of japanese culture, cultural consumption, and japan products to consumer behavior

Abstract

Japanese culture in indonesia have spread vastly throughout our young generation, globalisation and technology advancement plays a major part of the Japanese culture outspread, those aspects mold our unique consumer behavior and it's crucial for our society to understand the pros and cons of this Japanese culture that effect the unique consumer behavior, Cosplay or Costum Player are one of the unique cases in the Japanses culture itself. The goal of this research is to define and measure the effects on marketing and social enviroentment of the foreign product consumption behavior that supports the Japanese Cosplay culture on our young generation. Our research methode SPSS methode (Statistical Package For The Social Sciences) is an application program for statistics analysis that use descriptive menus and simple dialog box. The result of this research shows the Japanese culture did not effect Consumer Behavior, Culture consumption behavior effects on Consumer Behavior, Japanese products did not effects on Consumer Behavior, the Attitude of internet users did not effects on Consumer Behavior. Simultaneously shows that Japanese Culture, Culture Consumption, Japanase Product, the Attitude of Internet users effects on Consumer Behavior.

Keywords: *Japanese culture; costum player; consumption behavior*