
Infiltrasi Budaya Pada Perilaku Ekonomi, Apakah Representasi *Nation Threat*?**Emma Yunika Puspasari**Economic Education Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Malang,
Indonesia
emma.yunika.fe@um.ac.id**Abstract**

Cultural infiltration can be considered as a threat to the sustainability of Indonesia's local cultural identity and values, so that in this context it can be said to be a "nation threat". This is especially the case if the adoption of a foreign culture is not carried out by considering its long-term impact on the sustainability of local culture and society. This study uses an interpretive qualitative approach with a realist ethnographic model. Literature studies and narrative interviews were used in this study to reconstruct the domain, taxonomy and interrelationships of cultural themes in this study, socio-economic issues concerning the reciprocal relationship between cultural infiltration and economic behavior. The cultural invasion of the Korean wave on the economic behavior of the Indonesian people can create purchasing decisions and people's consumption patterns. The existence of the Korean wave can change people's consumption patterns, especially digital natives who switch to consuming Korean products which are becoming a trend that has extraordinary magnetism to attract the interest of this digital native terminology group, which can threaten the sustainability of local industries and affect the nation's economic structure.

Keywords: Culture Infiltration, Economic Behaviour, Nation Threat**History of Article:***Received:* (07-02-2023), *Accepted:* (25-03-2023), *Published:* (31:03:2023)**Citation:**Puspasari, E.Y (2023) Infiltrasi Budaya Pada Perilaku Ekonomi, Apakah Representasi Nation Threat?. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16 (1), 88-96

PENDAHULUAN

Infiltrasi budaya asing merupakan sebuah fenomena di mana pengaruh dan budaya dari luar negeri memasuki suatu negara dan memengaruhi budaya lokal. Infiltrasi budaya asing dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti media massa, teknologi, musik, mode, makanan, dan sebagainya. Dalam konteks ekonomi, infiltrasi budaya asing dapat berdampak positif dan negatif. Di satu sisi, budaya asing dapat memberikan variasi produk yang lebih luas untuk konsumen, serta dapat membuka peluang bisnis bagi pengusaha lokal yang ingin menawarkan produk dan layanan yang berbeda. Di sisi lain, infiltrasi budaya asing dapat mengancam budaya dan identitas nasional, serta memicu kegagalan pengusaha lokal dalam bersaing dengan produk dan merek asing. Musa (2015) mengemukakan argumennya mengenai akibat dari dominasi kebudayaan baru akan berdampak pada lunturnya budaya asli masyarakat.

Realitas sosial seperti ini mulai nampak pada peminatan kelompok masyarakat digital natives di Indonesia. Digital native adalah generasi yang tumbuh besar di era digital, di mana teknologi seperti internet, smartphone, dan media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan mereka sehari-hari (Bullen, 2019). Oleh karena itu, perilaku ekonomi digital native juga sangat dipengaruhi oleh kebiasaan dan pola pikir yang terbentuk dalam dunia digital. Perilaku ekonomi digital natives berkaitan dengan kecenderungan konsumen digital untuk membeli dan berinteraksi secara online. Menurut Bennet (2018) terdapat beberapa ciri perilaku ekonomi digital natives antara lain: [1] Konsumsi online yang tinggi: Digital natives cenderung lebih sering melakukan pembelian melalui e-commerce atau aplikasi mobile daripada dengan cara tradisional seperti berbelanja di toko fisik. [2] Perilaku pembelian impulsif: Dalam era digital, konsumen sering tergoda oleh iklan-iklan online dan penawaran diskon, sehingga cenderung melakukan pembelian impulsif. [3] Keinginan untuk berinteraksi dan berpartisipasi: Digital natives memiliki kecenderungan untuk berpartisipasi dalam aktivitas online, seperti mengisi survei, memberikan ulasan produk, atau berpartisipasi dalam komunitas online. [4] Preferensi pada layanan dan produk digital: Digital natives cenderung lebih memilih produk dan layanan yang mudah diakses dan digunakan secara digital. [5] Tingkat kepercayaan pada ulasan online: Digital natives cenderung lebih percaya pada ulasan online dan rekomendasi dari teman atau influencer online daripada iklan yang dibuat oleh merek.

Menurut Muratore (2017) kelompok digital natives ini memiliki perilaku pembelian impulsif. Perilaku konsumen yang impulsif ini mengindikasikan di mana seseorang membeli barang tanpa perencanaan yang matang dan cenderung dipicu oleh dorongan emosi atau keinginan mendadak. Dalam hal ini terdapat benang merahnya dengan fenomena sosial maraknya pengaruh budaya asing terutama tren dari budaya Korean wave terhadap pembelian impulsif yang dilakukan oleh kelompok masyarakat digital natives terutama di kalangan mahasiswa di Malang. Hal ini dapat terjadi karena adanya pengaruh dari media, iklan, dan gaya hidup yang diadopsi dari budaya Korean Wave. Budaya Korean Wave seringkali menampilkan gambaran kehidupan yang glamor dan mendorong kelompok mahasiswa di Malang untuk membeli produk atau jasa yang sebenarnya tidak mereka butuhkan atau tidak sesuai dengan kondisi keuangan mereka.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti, banyak produk atau merek dari Korea Selatan yang dianggap sebagai produk atau merek yang eksklusif dan menarik bagi kelompok mahasiswa yang memiliki peminatan pada K-wave ini. Mahasiswa di Malang yang tergoda untuk membeli produk tersebut seringkali merasa ingin terlihat seperti orang yang memiliki gaya hidup yang sama dengan K-Wave tersebut. Pengaruh K-Wave terhadap pembelian impulsif juga dapat terjadi karena adanya aksesibilitas dan kemudahan untuk membeli produk tersebut. Dalam era digital, kelompok mahasiswa ini

dapat dengan mudah membeli produk dari luar negeri melalui e-commerce atau toko online yang menawarkan berbagai macam produk dari label K-wave ini.

Dalam konteks ekonomi, infiltrasi budaya K-wave ini apakah dapat memberikan nilai efek multiplier yang berdampak positif ataukah negative?. Di satu sisi, berdasarkan argument awal dari sudut pandang peneliti, budaya ini dapat memberikan variasi dan variasi produk yang lebih luas untuk konsumen, serta dapat membuka peluang bisnis bagi pengusaha lokal yang ingin menawarkan produk dan layanan yang berbeda. Di sisi lain, infiltrasi budaya K-Wave dapat mengancam budaya dan identitas nasional, serta memicu kegagalan pengusaha lokal dalam bersaing dengan produk dan merek asing.

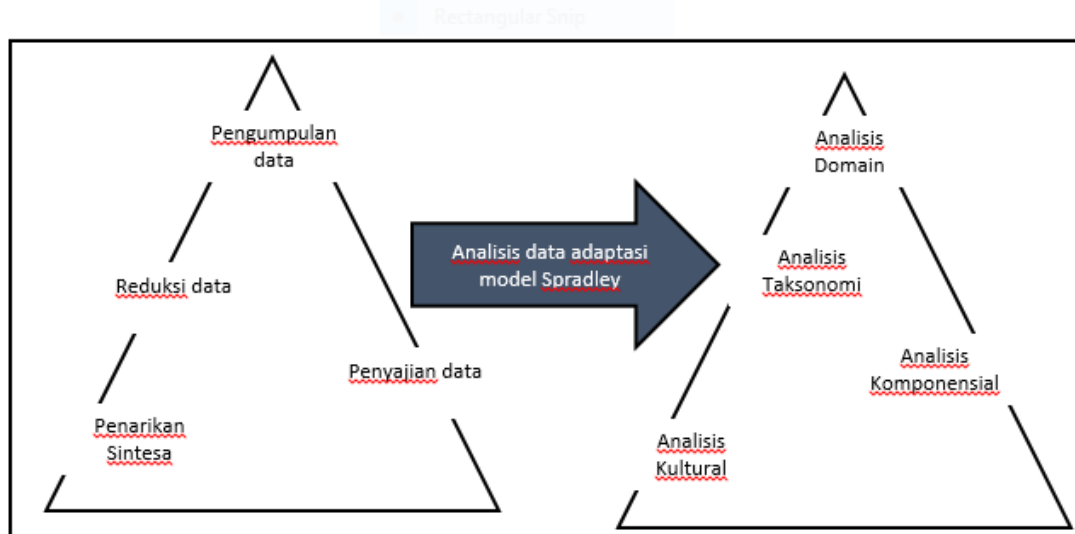
Kerisauan mengenai tren K-Wave di kalangan kelompok mahasiswa di Malang, merupakan salah satu realitas sosial yang akan diungkap oleh peneliti dalam tulisan artikel ini. Meneliti bahaya budaya K-wave untuk ancaman nasional penting dilakukan karena adanya potensi ancaman terhadap keamanan nasional, termasuk ancaman terhadap identitas budaya, ekonomi, keamanan nasional, dan nilai dan moral bangsa. Budaya K-Wave yang masuk ke dalam tren peminatan dan habit perilaku mahasiswa di Malang tentunya dapat mempengaruhi kehidupan sosial, budaya, ekonomi, dan politik di dalam negeri. Dalam beberapa kasus, terdapat dampak budaya asing dapat mengancam keamanan nasional dan merusak identitas budaya lokal. Selain itu, budaya asing juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan mengubah gaya hidup dan nilai yang dianut oleh masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, apakah sesuai adanya bahwa infiltrasi Korean Wave ini akan memberikan perubahan dan pergeseran perilaku ekonomi? dengan mengintegrasikan isu sosial ekonomi tersebut dengan wacana nation threat, apakah hal ini juga merupakan salah satu ancaman nasional dari bangsa Indonesia?. Tentunya untuk mengantisipasi gejolak ancaman bangsa dari dari infiltrasi Korean wave tersebut dan berpijak dalam konteks ekonomi, bahwa terdapat strategi-strategi yang dapat diambil untuk mempertahankan dan memajukan ekonomi nasional, inilah yang menjadi tantangan dari realitas sosial yang memang benar adanya dan harus dijawab.

METODE

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif interpretive dalam skema *etnografi* realis. Peneliti menggali informasi yang berasal dari pengalaman, pengetahuan, pemahaman, pandangan mahasiswa pendidikan ekonomi UM sebagai salah satu kelompok digital natives melalui *narrative interviewing*. Peneliti menggunakan pendekatan etnografi realis, yang fokus pada pemahaman mendalam tentang praktik dan pengalaman pengguna dalam konteks sosial dan budaya yang kompleks. Terdapat langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dalam mengumpulkan data untuk mendapatkan informasi dari permasalahan sosial yang diangkat, antara lain: [1] Observasi partisipatif dan studi pendahuluan: Peneliti melakukan observasi partisipatif di beberapa tempat yang sering dikunjungi oleh kelompok mahasiswa yang tergabung dalam komunitas Korean Wave di Malang, Peneliti mengikuti kegiatan atau acara yang berkaitan dengan budaya Korea, seperti konser K-pop, festival makanan Korea, atau pertunjukan mode style Korea yang diikuti oleh kelompok mahasiswa tersebut. Peneliti dapat memerhatikan perilaku, interaksi, dan pengalaman pecinta budaya Korea saat mengikuti kegiatan tersebut. mencoba untuk menempatkan diri sebagai bagian dari konteks tersebut. [2] Wawancara terstruktur dan semi terstruktur: Peneliti akan melakukan wawancara narative untuk mengetahui lebih lanjut tentang passion dan peminatan mereka terhadap Koreana Wave termasuk dengan perilaku pembelian untuk memenuhi interest kelompok mereka. [3] peneliti melakukan studi literature. [4] dokumentasi visual menjadi tambahan untuk penggalan informasi. [5] analisis

data yang digunakan dalam riset ini, peneliti mengadaptasi dari langkah pendekatan kualitatif Milles and Huberman serta 4 analisis model Spradley yang akan merekonstruksi domain, taksonomi, komponensial dan tema kultural dari isu permasalahan yang diangkat. Berikut konfigurasi model yang diadaptasi peneliti dalam riset ini, ditampilkan dalam gambar berikut:

Gambar 1. Adaptasi model Miles & Huberman serta Spradley



Sumber: adaptasi model oleh peneliti, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsekuensi dari realitas sosial merebaknya Korean Wave di Malang, terutama di kelompok mahasiswa Malang yang merupakan peminatnya ditandai dengan beberapa toko dan restoran Korea yang bermunculan, seperti toko K-Pop dan restoran Korea BBQ. Selain itu popularitas Korean Wave juga semakin meningkat dapat disaksikan dengan adanya K-pop (musik pop Korea) yang menjadi peminatan arus utama dari kelompok tersebut, Drama Korea (K-drama), Makanan Korea, seperti kimchi, bibimbap, dan fried chicken, Kosmetik Korea, Fashion Korea, seperti pakaian dengan gaya K-pop (Pramita, 2016). Banyaknya toko online dan offline yang menjual produk-produk Korea, seperti kosmetik, pakaian, makanan, dan minuman (Pramita, 2016)

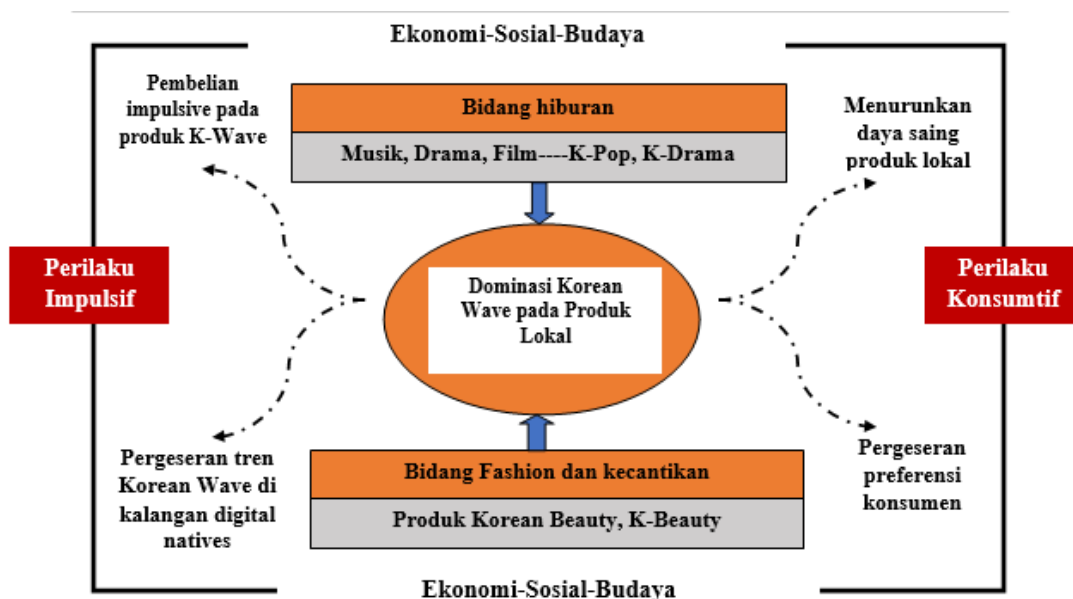
Catatan penting berdasar hasil lapangan bahwa Budaya Korea Wave, telah menjadi tren di berbagai aspek, termasuk di industri mode, kosmetik, dan musik. Dominasi K-Wave dalam industri ini telah memberikan konsekuensi terhadap pergeseran gaya hidup dan perilaku konsumen kelompok mahasiswa peminat K-Wave di Malang. Hal ini menyebar luas hingga membentuk pola pembelian impulsif di kalangan tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya pemikiran yang berasal dari sudut pandang maupun persepsi mahasiswa kelompok tersebut bahwa produk atau merek yang berasal dari Korea Selatan memiliki kualitas yang baik dan eksklusif. Konsumen yang terpengaruh oleh budaya K-Wave seringkali merasa ingin terlihat seperti orang yang memiliki gaya hidup yang sama dengan artis atau idola dari Korea Selatan. Namun, pembelian impulsif ini menjadi boomerang bagi mereka, terdapat konsekuensi negatif pada kondisi keuangan konsumen. Oleh karena itu, sebagai konsumen, kita perlu selalu berhati-hati dan bijak dalam membeli produk atau jasa (Sadasri, 2017), serta memperhatikan kondisi keuangan sebelum melakukan pembelian. Konsumsi produk-produk budaya Korean wave seperti merchandise idola K-Pop atau kosmetik Korea yang banyak dipromosikan oleh selebriti Korea ternyata mengakibatkan pengeluaran yang tidak

terkontrol. Hal ini membawa dampak kondisi keuangan kelompok tersebut, dikarenakan pembelian tersebut dilakukan secara berulang-ulang tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial yang sebenarnya. Selain itu, produk-produk Korean wave juga cenderung memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan produk lokal (Simbar, 2016), sehingga dapat memperburuk kondisi keuangan mereka yang kurang bijak dalam mengatur pengeluaran.

Pergeseran preferensi konsumen korean wave juga terjadi dikarenakan budaya Korea yang semakin masif melalui media sosial dan platform online (Setiawan, 2013). Kelompok mahasiswa peminat Korean wave di Malang yang menjadi target pasar korean wave terpengaruh oleh gaya hidup dan budaya Korea, sehingga mereka cenderung lebih memilih produk Korea daripada produk lokal. Hal ini terlihat dari semakin tingginya minat konsumen terhadap produk-produk Korea, seperti kosmetik, fashion, makanan dan minuman, serta musik dan drama Korea (Ridaryanthi, 2014). Pergeseran preferensi konsumen ini dapat membawa dampak pada industri lokal yang harus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap bersaing dengan produk-produk Korea yang semakin populer di kalangan konsumen di Malang.

Korean wave dapat menjadi ancaman bagi produk lokal karena semakin banyaknya konsumen yang beralih ke produk-produk Korea yang lebih populer dan terkenal di kalangan mahasiswa peminat Korean wave di Malang. Akibatnya, produk lokal bisa kehilangan daya saing dan terancam gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan produk impor yang lebih diminati (Puspasari, 2021). Selain itu, dominasi Korean Wave yang begitu kuat juga dapat mengubah selera dan kebiasaan konsumen, sehingga mereka cenderung lebih memilih produk Korea daripada produk lokal (Simbar, 2016). Hal ini dapat menyebabkan menurunnya minat dan permintaan terhadap produk lokal, yang pada akhirnya dapat merugikan para produsen dan pelaku usaha lokal di Malang. Hal ini dapat dijelaskan secara konfigurasi dalam gambar berikut.

Gambar 2. Dominasi Korean Wave pada Produk Lokal



Sumber: artikulasi peneliti, 2023

Dominasi Korean wave mampu menciptakan perilaku konsumtif bagi mahasiswa peminatnya di Malang. Popularitas K-Pop dan K-Drama seringkali membawa mereka untuk

membeli produk-produk terkait seperti merchandise, album, konser, dan produk kecantikan yang dipromosikan oleh para selebriti Korea. Hal ini memunculkan stereotype negatif bahwa mereka mengeluarkan uang yang lebih banyak daripada yang mereka mampu, bahkan dengan meminjam uang atau menggunakan pembelian kredit di berbagai platform e-marketplace. Perilaku konsumtif yang berlebihan ini dapat membawa dampak finansial yang serius pada mereka. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat berdampak pada kesehatan mental. Penggemar yang terlalu terobsesi dengan Korean Wave mengalami tekanan mental yang signifikan ketika tidak dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka terhadap produk-produk terkait Korean Wave. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk tetap mengontrol perilaku konsumtif mereka dan mengutamakan kesehatan finansial dan mental mereka. Selain itu, perlu juga diingat bahwa popularitas Korean Wave hanyalah tren sementara dan mereka tidak perlu terlalu terobsesi dengan produk-produk terkait tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, Korean wave dapat dianggap sebagai ancaman pada budaya nasional karena kelompok peminatnya kehilangan identitas budaya nasional dan mengalami perubahan nilai-nilai nusantara. Hal ini bisa terjadi karena dominasi yang sangat kuat dari budaya Korea melalui produk-produk yang masuk, seperti musik, drama, fashion, dan lain sebagainya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Kelompok yang terlalu terikat dengan budaya Korea ini menyebabkan berkurangnya memiliki kecintaan dan kesadaran terhadap budaya asli Indonesia melalui berkurangnya pembelian terhadap produk ataupun merchandise lokal disbanding pembelian merchandise Korean Wave, maka ini bisa dianggap sebagai ancaman pada keberlangsungan dan keberagaman budaya bangsa terutama pada produksi lokal. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemahaman yang tepat dan edukasi terhadap masyarakat agar mampu mengapresiasi dan mempertahankan keberagaman budaya bangsa, tetap ikut berpartisipasi aktif dalam siklus ekonomi produk lokal serta juga mampu menghargai budaya asing, dalam hal ini menghargai budaya asing adalah hal yang positif dan dapat membantu memperluas pemahaman dan pengalaman kita tentang keberagaman internasional. Namun, hal yang perlu diingat adalah pentingnya menjaga keseimbangan antara penghormatan pada budaya asing dengan nilai-nilai budaya dan identitas nasional kita. Tidak ada yang salah dengan mempelajari dan mengapresiasi budaya asing, tetapi kita juga harus memperhatikan batas-batasnya. Mengagumi budaya asing tidak berarti kita harus mengabaikan atau mengorbankan budaya dan identitas kita sendiri, apalagi sampai menimbulkan pergeseran dan menciptakan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk Korean wave dinading dengan produk lokal. Korean wave yang semakin meningkat ini dapat menjadi ancaman nasional dalam beberapa aspek. Beberapa dampak negatif dari korean wave pada kelompok mahasiswa di Malang sebagai peminatnya, antara lain:

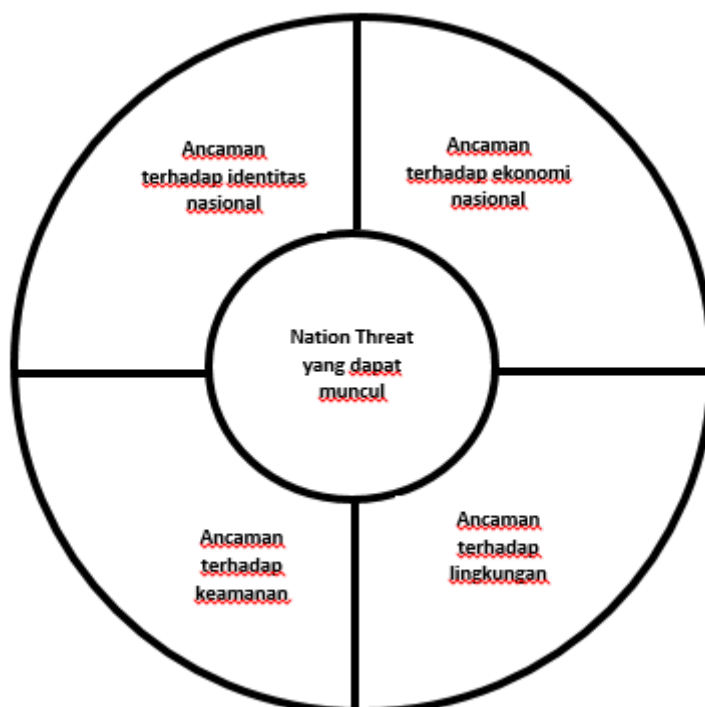
1. Perubahan nilai dan norma - Budaya Korea yang dihadirkan dalam korean wave dapat memengaruhi nilai dan norma yang dianut oleh generasi muda, terutama yang berkaitan dengan cara berpakaian, perilaku sosial, dan gaya hidup. Hal ini dapat mengubah karakteristik budaya lokal dan nilai-nilai tradisional yang diwariskan dari generasi sebelumnya.
2. Perilaku konsumtif - Korean wave juga dapat memicu perilaku konsumtif pada kelompok digital natives ini. Pengaruh dari budaya pop Korea yang terus muncul dalam bentuk lagu, film, drama, dan produk-produk konsumsi dapat mendorong kelompok ini untuk membeli produk-produk tersebut tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial yang dimiliki. Hal ini dapat menyebabkan mereka terjatuh utang dan memperparah kondisi ekonomi pribadi mereka.
3. Ketergantungan pada media sosial - Korean wave seringkali dikaitkan dengan penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Hal ini dapat menyebabkan kalangan ini menjadi terlalu bergantung pada media sosial dan

menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk menonton dan mengikuti tren korean wave. Ketergantungan pada media sosial juga dapat memengaruhi kesehatan mental dan fisik generasi muda.

4. Hilangnya identitas budaya lokal - Terlalu terikat pada korean wave dapat membuat melupakan dan mengabaikan budaya lokal mereka sendiri. Hilangnya identitas budaya lokal dapat berdampak pada keberagaman budaya dan identitas bangsa yang unik.
5. Merebaknya budaya Korean Wave dapat memberikan ancaman pada nasionalisme dan identitas budaya negara. Hal ini terjadi karena adanya dominasi budaya Korea yang mungkin dapat mengalahkan atau menimbulkan inferioritas terhadap budaya lokal. Selain itu, budaya Korean Wave juga dapat mempengaruhi pola pikir dan nilai-nilai masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, sehingga dapat menggeser identitas budaya asli. Selain itu, fenomena ini juga dapat membawa dampak ekonomi yang signifikan pada negara, terutama jika masyarakat Indonesia lebih banyak mengkonsumsi produk-produk dari Korea dan mengabaikan produk lokal.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dijelaskan lebih rinci melalui skema konfiguratif dalam gambar 3 berikut

Gambar 3. Kategori munculnya nation threat dari merebaknya tren Korean Wave



Sumber: artikulasi peneliti, 2023

KESIMPULAN

Infiltrasi Korean Wave dapat mengancam identitas budaya lokal, meningkatkan konsumsi produk Korea, dan mempengaruhi nilai-nilai sosial di negara ini. Namun, perlu menjadi perhatian penting juga bahwa sebenarnya dampak ini dapat bervariasi tergantung pada beberapa domain seperti tingkat adaptasi lokal terhadap budaya Korean Wave dan kebijakan pemerintah dalam mengatur masuknya budaya ini. Korean Wave memang memiliki dominasi untuk membentuk perilaku konsumtif kalangan digital natives, termasuk

hal ini adalah kelompok mahasiswa di Malang. Hal ini terlihat dari peningkatan minat mereka untuk membeli produk-produk Korea seperti kosmetik, fashion, makanan, dan hiburan. Pergeseran preferensi konsumen korean wave juga terjadi dikarenakan budaya Korea yang semakin masif melalui media sosial dan platform online. Kelompok mahasiswa peminat Korean wave di Malang yang menjadi target pasar korean wave terpengaruh oleh gaya hidup dan budaya Korea, sehingga mereka cenderung lebih memilih produk Korea daripada produk lokal. Hal ini terlihat dari semakin tingginya minat konsumen terhadap produk-produk Korea, seperti kosmetik, fashion, makanan dan minuman, serta musik dan drama Korea. Pergeseran preferensi konsumen ini dapat membawa dampak pada industri lokal yang harus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap bersaing dengan produk-produk Korea yang semakin populer di kalangan konsumen di Malang. Korean wave dapat menjadi ancaman bagi produk lokal karena semakin banyaknya konsumen yang beralih ke produk-produk Korea yang lebih populer dan terkenal di kalangan mahasiswa peminat Korean wave di Malang. Akibatnya, produk lokal bisa kehilangan daya saing dan terancam gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan produk impor yang lebih diminati

REFERENSI

- Bennet, Maton & Kelvin. 2018. The digital natives debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 37(5), 771-782
- Bullen & Morgan T. 2019. Digital learners not digital natives. *La Cuestion Universitaria* 9, 61-68.
- Musa, Nurhaiday. M Insyah Musa. 2015. Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*. Volume 2 (3): 1-4.
- Muratore., I. 2017. Teens as a impulsive buyers; What is the role of price?. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(11), 1166-1182
- Pramita, Yuli. Harto, Syafri. 2016. Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia Untuk Berwisata Ke Korea Selatan. *JOM FISIP*. Volume 3 (2): 1-7.
- Ridaryanthi, Melly. 2014. Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*. Volume 13 (1): 87-104
- Sadasri, Lidwina Mutia. 2017. Praktik Konsumsi Selebriti Dalam Komunitas Penggemar Di Era Media Baru (Studi Kasus Komunitas Penggemar NIC Jogja dan Jakarta). *Profetik Jurnal Komunikasi*. Volume 10 (1).
- Setiawan, Rudi. 2013. Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube). *Jurnal eJournal Ilmu Komunikasi*. Volume 1 (2): 355-374
- Simbar, Frulyndese. K. 2016. Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Jurnal Holistik*. Volume (18)
- Nofri, Hafifah. 2018. Analisis Perilaku Konsumen dalam online shopping di Makasar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi*, 133-132
- Sari, A.V. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja online. *Psikohumaniora. Jurnal Penelitian Psikologi*. 92-115
- Puspasari, E.Y. 2021. Etnik Kreatif Pengrajin Sanitair Sebagai Anteseden Kewirausahaan Rakyat. *Equilibria Pendidikan Jurnal Pendidikan Ekonomi* volume 6 (1)

