

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa fenomena konsumsi minuman Jepang di Indonesia dipengaruhi oleh preferensi konsumen, budaya Jepang, perkembangan tren, serta peran media sosial sebagai sarana promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Matcha* merupakan minuman Jepang yang paling dikenal oleh responden, meskipun frekuensi konsumsinya masih tergolong rendah. Dalam memilih minuman Jepang, rasa menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan responden, diikuti oleh manfaat kesehatan, popularitas produk, dan kualitas bahan. Selain itu, budaya Jepang juga berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat dalam mengonsumsi minuman Jepang, dengan aspek kuliner sebagai unsur budaya yang paling berperan dalam memperkenalkan minuman Jepang kepada responden.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tren minuman Jepang di Indonesia terus berkembang dan didukung oleh peran media sosial dalam memperkenalkan berbagai jenis minuman Jepang kepada masyarakat. Instagram dan TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan responden untuk memperoleh informasi mengenai minuman Jepang melalui konten visual, ulasan, dan rekomendasi. Meskipun media sosial mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk mencoba minuman Jepang, keputusan konsumsi tetap dipengaruhi oleh karakteristik produk, seperti rasa, harga, manfaat kesehatan, dan kualitas bahan. Dengan demikian, fenomena konsumsi minuman Jepang di Indonesia merupakan hasil interaksi antara karakteristik produk, pengaruh budaya Jepang, perkembangan tren, dan pemanfaatan media sosial yang secara bersama-sama membentuk preferensi serta perilaku konsumsi masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas fenomena konsumsi minuman Jepang di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan preferensi konsumen, pengaruh budaya Jepang, perkembangan tren, dan peran media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan cakupan wilayah yang lebih luas agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena konsumsi minuman Jepang di Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan teknik pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara mendalam atau observasi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan alasan masyarakat dalam mengonsumsi minuman Jepang. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu memperkaya kajian di bidang Bahasa Asing Terapan mengenai hubungan antara budaya Jepang, media sosial, dan perilaku konsumsi masyarakat.