

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa kertertarikan seseorang terhadap suatu objek untuk mencari tahu tentang objek tersebut, mendorong seseorang untuk melakukan hal yang mereka senangi dan merupakan salah satu dorongan psikologis dari dalam diri setiap individu. Salah satunya adalah minat untuk membeli dan mengkonsumsi sebuah produk. Seperti yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Sastra Jepang angkatan 2014/2015 dan angkatan 2015/2016 sebagai konsumen, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat setiap mahasiswa.

Untuk lebih mengetahui minat mahasiswa untuk membeli dan mengkonsumsi *sushi* penulis menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa Program Studi Sastra Jepang di Universitas Darma Persada tahun akademik 2014/2015 dan tahun akademik 2015/2016. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa terhadap *sushi* cukup baik berdasarkan dari hasil pertanyaan yang diajukan oleh penulis, meskipun tidak semua responden mengetahui ke tiga aspek yang penulis tanyakan, dengan jumlah 34 orang atau 68% dan 16 orang atau 32% mahasiswa mengetahui ke tiga aspek yang penulis tanyakan. Pengetahuan mahasiswa mengenai *sushi* sebagian besar didapatkan melalui media massa.

Minat mahasiswa terhadap *sushi* juga cukup besar dengan jumlah 100%. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk mengkonsumsi *sushi*, hasil sebesar 44% atau 22 orang mahasiswa menjawab berminat untuk mengkonsumsi *sushi* karena *sushi* salah satu makan yang praktis. Sebesar 32% atau 16 orang mahasiswa menjawab berminat mengkonsumsi *sushi* karena mereka merupakan penggemar *sushi* atau makanan Jepang.

Sebesar 5 orang (10%) responden menjawab makan *sushi* merupakan gaya hidup atau *trend*, pada pilihan lain-lain terdapat 7 orang responden (14%), 6 orang responden menjawab makan *sushi* hanya karena ingin mencoba *sushi*, dan 1 orang responden memiliki alasan karena bosan dengan makan yang biasa dikonsumsi. Minat dan faktor-faktor tersebut dibebkan oleh baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yang muncul dari dalam setiap diri individu yang mempengaruhi minat dan proses pengambilan keputusan untuk membeli dan mengkonsumsi *sushi*, dan faktor eksternal seperti keluarga dan teman atau lingkungan individu.

