

**PERSEPSI PARIS BAGUETTE & TOUS LES JOURS SEBAGAI  
MEREK KOREA PADA PEMBELI DI JAKARTA**

***PERCEPTION OF PARIS BAGUETTE AND TOUS LES JOURS AS  
KOREAN BRAND CASE STUDY ON JAKARTA'S COSUMERS***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Linguistik (S.Li)**



**SALSABILA APRILIA ERREN**

**NPM 192007516013**

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA  
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

**PERSEPSI PARIS BAGUETTE & TOUS LES JOURS SEBAGAI  
MEREK KOREA PADA PEMBELI DI JAKARTA**

***PERCEPTION OF PARIS BAGUETTE AND TOUS LES JOURS AS  
KOREAN BRAND ON JAKARTA'S CONSUMERS***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Linguistik (S.Li)**



**SALSABILA APRILIA ERREN**

**NPM 192007516013**

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA  
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

# PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 3 Februari 2023 untuk diujikan.

**Yayah Cheryah, S.E., M.A**

Pembimbing

*Cherya*



Mengetahui,

*Fahdi Sachiya*

**Fahdi Sachiya, S.S., M.A**

Ketua Program Studi



*Somadi*  
**Dr. Drs. Somadi, M.Pd.**

Dekan

# PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 15 Februari 2023

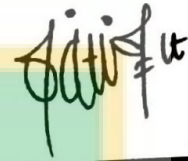
**Rahmad Faisal, S.E., M.Si.M.**

Ketua/Penguji



**Siti Nurseha, B.A., M.A.**

Sekretaris/Penguji



**Yayah Cheryah, S.E., M.A.**

Pembimbing/Penguji



Disahkan pada tanggal



**Fahdi Sachiya, S.S., M.A**

Ketua Program Studi



**Dr. Drs. Somadi, M.Pd.**

Dekan

# PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Salsabila Aprilia Erren

Nomor Induk Mahasiswa : 192007516013

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tgl. Lahir : Bekasi, 14 April 2000

Alamat : Jl. Dr. A. Rivai No 2B  
Kota Bukittinggi 26115

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PERSEPSI PARIS BAGUETTE DAN TOUS LES JOURS SEBAGAI MEREK  
KOREA PADA PEMBELI DI JAKARTA**

adalah asli (bukan plagiasi) dan belum pernah digarap oleh penulis/peneliti lain. Semua pendapat atau ide orang lain yang diambil dalam skripsi ini dilakukan melalui langkah-langkah ilmiah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, 3 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Salsabila Aprilia Erren

## KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga syafaatnya dapat membersamai kita di yaumul akhir kelak. Atas berkat rahmat Allah yang maha kuasa sehingga skripsi yang berjudul “Persepsi Paris Baguette dan Tous Les Jours sebagai merek Korea Selatan pada pembeli di Jakarta” ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak. Dalam kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Somadi, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.
2. Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.
3. Ibu Yayah Cheryah, S.E., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan nasihat selama proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional, Bapak Evan Tjahjono Putra, S.S., M.Ba., Bapak Zaini, S.Sos.,M.A., Bapak Teguh Pratama Aditya, S.Si., M.A., Bapak Heri Suheri, S.S., M.M, Bapak

Rahmad Faisal, S.E.,M.Si.M., Bapak Dr. Tadjuddin Nur, SS, MM, Ibu Fitri Meutia, S.S.,M.A., Ibu Jung Shua,M.A., Ibu Ko Yoo Kyeong, M.A., Bapak Fahdi Sachiya, M.A., dan Ibu Dra. Rurani Adinda, M.Ed., Siti Nurseha, S.S., M.A. yang telah memberikan pelajaran dan banyak pengetahuan selama perkuliahan.

5. Mama, papa dan nenek yang selalu memberi semangat dan perhatian selama perkuliahan. Terima kasih atas doa yang diberikan dan terima kasih atas pengertiannya. Semoga Allah selalu menjaga keluarga kita.
6. Kepada Calvin, terima kasih telah menjadi support sistem saya, yang selalu menyemangati dan meyakinkan diri saya bahwa saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik disaat-saat saya hampir menyerah. Terima kasih juga telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, dan telah sangat sabar menghadapi saya. Terakhir, terima kasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga saat ini.
7. Sahabat yang sangat berkontribusi banyak pada skripsi saya, Amai. Terima kasih karena selalu menemani dan membantu saya dengan maksimal dan penuh kesabaran hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu menghibur disaat saya mengeluh dan putus asa.
8. Kepada sahabat-sahabat saya dari Caus, Kecil, Fara, Nadil, Dila dan Rani yang sudah memberikan dukungan serta motivasi dan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan saya dari awal perkuliahan hingga saat ini, geng Noleps Mita, Kepin, Ratna, Agatha, Novit, Cintya, Harizh. Dan juga teman seperjuangan selama di Korea, Mita, Thoriq, Belva, Khalisha, Lily, momen bersama selama berada di Korea tidak akan terlupakan.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul Sampul	
Halaman Judul Dalam	
Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel, Gambar, Lampiran .....	viii
ABSTRAK.....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.6 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	8
1.7 Sistematika Penyajian .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Persepsi ( <i>Perception</i> ).....	11
2.1.2 Persepsi konsumen.....	13
2.1.3 Merek atau <i>Brand</i> .....	14
2.1.4 Negara Asal ( <i>Country of Origin</i> ).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Keaslian Penelitian .....	24
2.4 Kerangka Pikir.....	26
<b>BAB 3 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Hasil Penelitian.....	28
3.2 Pembahasan .....	29
3.2.1 Karakteristik narasumber .....	29
3.2.2 Persepsi.....	30
3.2.3 Persepsi Merek.....	39
<b>BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Kesimpulan.....	47



4.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	49
Lampiran.....	51
Riwayat Hidup Penulis.....	67



## Daftar Tabel, Gambar, Lampiran

Grafik 1.1 Grafik pertumbuhan industri makanan dan minuman 2011-2021 .....	2
Gambar 1.1 Toko Paris Baguette .....	3
Gambar 1.2 Toko Tous Les Jours .....	4
Gambar 1.3 Font Paris Baguette.....	5
Gambar 1.4 Font Tous Les Jours.....	5
Gambar 2.1 Triangulasi Teknik.....	9
Gambar 3.1 Produk Paris Baguette .....	31
Gambar 3.2 Produk Tous Les Jours .....	32
Gambar 3.3 Logo Paris Baguette .....	33
Gambar 3.4 Logo Tous Les Jours .....	34
Tabel 3.1 Data Narasumber Penelitian .....	29
Bagan 2.1 Kerangka Pikir .....	27
Bagan 3.1 Persepsi narasumber terhadap Paris Baguette .....	43
Bagan 3.2 Persepsi narasumber terhadap Tous Les Jours .....	43
Bagan 3.3 Persepsi narasumber terhadap Korea Selatan .....	46



## ABSTRAK

Korea Selatan dengan Hallyunya memberikan pengaruh besar pada penyebaran budaya Korea di dunia salah satunya produk makanan. Permintaan akan makanan dan minuman khas Korea dari negara lain membuat beberapa merek asal Korea pun semakin mendunia, tidak terkecuali Paris Baguette dan Tous Les Jours. penelitian ini memfokuskan pada persepsi toko roti Paris Baguette dan Tous Les Jours sebagai merek Korea Selatan berdasarkan teori Persepsi dari Thoha dan *brand positioning* dari Kotler. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara kepada tujuh orang yang merupakan konsumen Paris Baguette dan Tous Les Jours, diperoleh hasil bahwa Tous Les Jours lebih mudah diasosiasikan sebagai merek Korea Selatan karena adanya logo CJ. Sedangkan Paris Baguette lebih diasosiasikan sebagai merek *fancy* dan bergensi asal Paris. Namun kesamaan asosiasi antara kedua merek ini dengan Korea Selatan sebagai sebuah merek adalah berkualitas, terjamin, bersih, sigan, pelayanan yang ramah, *simple*, dan enak. Persepsi dominan dari Tous Les Jours adalah menu yang banyak variasi sedangkan untuk Paris Baguette adalah mewah.

**Kata kunci :** Persepsi, Merek, Korea Selatan, Negara Asal



## **Abstract**

*South Korea Hallyu played important role on spreading Korean culture worldwide, including foods. For the last few years, there are high demand on Korean food and beverages from other countries which made several Korean brands globally well known, as Paris Baguette and Tous Les Jours. The research focused on the perception of Paris Baguette and Tous Les Jours as South Korean bakery brands based on Thoha's perception theory and Kotler's brand positioning. By using a qualitative approach with interviewing seven of Paris Baguette and Tous Les Jours's consumers. We found that Tous Les Jours easily associates as a South Korean brand due the CJ's symbol on their logo while Paris Baguette looked as a luxury and prestigious brand from Paris. Similar association between these two brands and South Korea as a brand are guaranteed quality, cleanness, fast and friendly services, simple, and delicious. Main perception of Tous Les Jours variety of products while Paris Baguette known as luxury brand.*

**Keywords :** *Perception, Brand, South Korea, Country of Origin*



## 초록

한류를 앞세운 한국은 세계적으로 한국 문화가 확산되는 데 큰 영향을 미치고 있는데, 그 중 하나가 바로 식품이다. 해외에서 한국 음식과 음료에 대한 수요가 증가하면서 파리바게트와 뚜레쥬르를 비롯한 여러 한국 브랜드가 점차 세계화되었다. 본 연구는 토하의 지각이론과 코틀러의 브랜드 포지셔닝을 바탕으로 파리바게트와 뚜레쥬르가 국내 브랜드로 인식되는 것에 초점을 맞추었다. 파리바게트와 뚜레쥬르 소비자 7명을 대상으로 한 면접 방식으로 질적 접근을 해보니 뚜레쥬르는 CJ 로고가 있어 국내 브랜드로 연상하기가 수월하다는 결과가 나왔다. 한편 파리바게트는 파리의 화려하고 권위있는 브랜드로 더 연상이 된다는 의견들이 나왔다. 그러나 이 두 브랜드와 한국의 다른 브랜드들 사이의 공통점은 좋은 품질, 청결, 신뢰성, 친절, 단순함, 맛이 보장된다는 점이다. 뚜레쥬르는 메뉴가 다양한 반면 파리바게트는 고급스럽다는 인식시 지배적인 것으로 나타났다.

주요 용어 : 인식, 브랜드, 한국, 원산지

