

ABSTRAK

Globalisasi merupakan fenomena yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen, khususnya di kalangan Generasi Z. Perkembangan teknologi informasi, media sosial, serta arus budaya global telah mendorong perubahan pola konsumsi, termasuk dalam mengonsumsi makanan modern, yang mencerminkan meningkatnya preferensi mengikuti tren global dan berpotensi mengurangi minat terhadap makanan tradisional jika tidak disertai kesadaran budaya.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh globalisasi terhadap perilaku konsumen Generasi Z di Kota Lhokseumawe dalam mengonsumsi makanan modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji t), serta koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel globalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen Generasi Z dalam mengonsumsi makanan modern, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$ dan t hitung $4,935 > t$ tabel $1,984$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh globalisasi yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan Gen Z untuk mengonsumsi makanan modern. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dampak globalisasi menjadi penting bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam merancang strategi yang sesuai dengan karakteristik konsumen muda tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya lokal. Generasi Z diharapkan mampu menyaring pengaruh globalisasi dengan tetap menjaga dan melestarikan makanan tradisional sebagai bagian dari identitas budaya lokal.

Kata Kunci: Globalisasi, Perilaku Konsumen, Generasi Z, Makanan Modern

ABSTRACT

Globalization is an inseparable phenomenon in modern society and has a significant influence on changes in consumer behavior, particularly among Generation Z. The development of information technology, social media, and global cultural flows has driven shifts in consumption patterns, including the increased consumption of modern foods, reflecting a growing preference for global trends and a potential decline in interest in traditional foods if not accompanied by cultural awareness. This study aims to examine and analyze the effect of globalization on the consumer behavior of Generation Z in the consumption of modern foods in Lhokseumawe City. This research employs a quantitative approach using purposive sampling, involving 100 respondents categorized as Generation Z. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The data analysis techniques include instrument testing, classical assumption tests, simple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test), and the coefficient of determination, assisted by SPSS version 31. The results indicate that globalization has a positive and significant effect on the consumer behavior of Generation Z in consuming modern foods, as evidenced by a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t-value of 4.935 greater than the t-table value of 1.984, leading to the acceptance of H_a and the rejection of H_0 . This finding implies that the stronger the perceived influence of globalization, the higher the tendency of Generation Z to consume modern foods. Therefore, understanding the impact of globalization is essential for businesses and stakeholders in designing strategies that align with the characteristics of young consumers while preserving local cultural values. Generation Z is expected to be able to filter the influence of globalization by continuing to maintain and preserve traditional foods as part of local cultural identity.

Keywords: Globalization, Consumer Behavior, Generation Z, Modern Foo