



Analisis minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon* (kajian sosiologi budaya)

NUR AZIZAH

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA, INDONESIA

Email: icha37035@gmail.com

Dra. Eva Amalijah, M.Pd

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA, INDONESIA

Email: evaamalijah@untag-sby.ac.id

Abstract. The development of times and technology is increasingly rapid, facilitating the dissemination of information that makes foreign or foreign cultures enter a country. Especially the influence of foreign culture on food makes changes in the taste of foreign cuisine in Indonesian society. Like Japanese-style thick noodles or also called *Udon*, which are currently also found in many Japanese-style food outlets in Indonesia, especially in Surabaya. The purpose of this study is to describe the interest of the people of Surabaya in *Udon*. The method in this study uses a quantitative descriptive method. A method that aims to create an objective picture or description of a research that uses numbers, starting from data collection, interpretation of the data as well as the appearance and results. Sample collection was carried out by distributing questionnaires in the form of online links to 150 respondents regarding the interest of the people of Surabaya in *Udon*. In this study using Likert scale analysis and Spearman rank correlation. The results obtained from the Likert scale data for the most preferred type of *Udon* are `Curry Udon` followed by `kake Udon` then `Nabeyaki Udon` with an interpretation rate of 53.16% which means that the respondent's interest in *Udon* is categorized as "Neutral" (between interest and not interest). The results of the Spearman rank test show that the null hypothesis (Ho) is rejected and the alternative hypothesis (Ha) is accepted, in other words that the first question and the second question have a significant correlation, meaning that the respondent has eaten *Udon*.

Keywords: Interest, *Udon*, Types of *Udon*.

Abstrak. Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat, memudahkan penyebaran informasi yang membuat budaya asing masuk ke dalam suatu negara. Terutama pengaruh budaya asing terhadap makanan menjadikan perubahan selera masakan asing pada masyarakat Indonesia. Seperti mie tebal ala jepang atau juga di sebut dengan *Udon* yang saat ini juga banyak ditemukan pada gerai makanan ala jepang di Indonesia terutama di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini mendeskripsikan minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kuantitatif. Suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi pada suatu penelitian secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Pengumpulan sampel dilakukan dengan cara membagikan kuesioner berupa *link* secara *online* kepada 150 orang responden mengenai minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon*. Dalam penelitian ini menggunakan analisis skala likert dan korelasi spearman rank. Hasil yang diperoleh data skala likert jenis *Udon* yang paling disukai adalah "Curry Udon" disusul oleh "kake Udon" lalu "Nabeyaki Udon" dengan skor Interpretasi 53,16 % yang artinya minat responden terhadap *Udon* dikategorikan "Netral" (di antara minat dan tidak minat). Hasil uji coba spearman rank diketahui analisis Hipotesis nol (Ho) Ditolak dan Hipotesis alternatif (Ha) Diterima dengan kata lain bahwa pertanyaan pertama dengan pertanyaan kedua memiliki korelasi yang signifikan, maka responden tidak hanya tahu tentang *Udon* tetapi juga pernah makan *Udon*.

Kata kunci: Minat, *Udon*, Jenis *Udon*.

INTRODUCTION/PENDAHULUAN

Jepang merupakan salah satu negara yang sangat maju di kawasan Asia. Tak hanya dikenal karena negaranya yang maju, Jepang juga memiliki beragam kebudayaan dalam kehidupan bermasyarakatnya. Selain kebudayaannya yang sangat beragam, Jepang juga memiliki banyak makanan yang menjadikannya sebagai ciri khas atau identitas dari negara tersebut seperti *Udon*. Masakan Jepang juga menggunakan bumbu berupa rempah-rempah dari biji-bijian yang disebut dengan *Shichimi aji*. *Shichimi aji* ialah 8 macam rempah yang meliputi cabe merah kering yang digiling kasar, *sanshou* yang digiling, kulit jeruk panggang, biji wijen hitam, biji wijen putih, biji rami, jahe giling, dan nori.

Masakan Jepang memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup di Surabaya. Tidak sedikit masyarakat Surabaya yang menyukai masakan asal negara Jepang. Salah satunya adalah *Udon* yang telah populer di kalangan masyarakat Surabaya saat ini. Tidak hanya dari kalangan tua, kalangan muda pun ikut serta menjadi bagian dari pecinta *Udon*. Di Surabaya, banyak orang menjual menu *udon* dari toko-toko kecil di pinggir jalan hingga restoran-restoran bertaraf internasional.

Menurut Ehara dalam Cwiertka (2006:163) *udon* adalah makanan tradisional Jepang karbohidrat yang berdiri sendiri sebagai makanan lengkap saat disajikan dalam kaldu dengan bahan tambahan. Berdasarkan kutipan di atas, dalam disimpulkan bahwa *Udon* adalah jenis mie terpopuler kedua di Jepang setelah *Ramen*. *Udon* memiliki diameter yang lebih besar dibandingkan dengan *Ramen*. Rasa *Udon* sendiri berbeda dengan mie instan di Indonesia terutama pada teksturnya yang kenyal. *Udon* dikenal lebih tebal dari mie biasa. *Udon* biasanya berbentuk tebal bulat atau persegi, namun juga ada yang berbentuk pipih.

Pada penelitian ini terfokus pada minat masyarakat Surabaya terhadap *udon*. Adapun fenomena yang terjadi pada masyarakat Surabaya ialah ketertarikan terhadap *Udon* dan penggemar kuliner mie. Membagikan kuesioner kepada 150 responden untuk mendeskripsikan minat masyarakat Surabaya terhadap *udon* yang merupakan kuliner khas Jepang. Hal ini tentunya Memberikan kontribusi untuk menambah ilmu pengetahuan tentang minat masyarakat Surabaya terhadap *udon* mie tebal ala Jepang.

LITERATURE REVIEW/ TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Dr. Mohammad Syawalludin (2017), teori sosial budaya sebagai alat (*instrument*) untuk menjelaskan realita/fenomena sosial. Sebagai alat penganalisa terhadap fenomena sosial yang diamati. Sebagai sarana atau upaya peneliti untuk membangun, merekonstruksi atau meruntuhkan teori-teori dari terhadap realita/fenomena sosial yang diamati dengan persyaratan: relevan (masuk akal, layak), aplikabel/manajebel (dapat diterapkan/dikelola), replikan (dapat di daur ulang), dan konsisten.

Prof. Dr. Iskandarwassid dan Dr. H. Dadang Sunendar mengatakan bahwa, minat dapat dikatakan sebagai gabungan antara kehendak serta hasrat yang dapat terus berkembang. Adapun menurut Hilgad, minat ialah kegemaran atau kesukaan yang terus-menerus untuk

mengamati dan mengingat aktivitas tertentu. Dengan demikian, minat dapat dilihat sebagai perangsang aktivitas dan tindakan dari sudut pandang perhatian, kesenangan, kegembiraan, dan kepuasan.

Menurut Holland dalam Anastasi (2007) Minat ialah pemusatan perhatian individu terhadap suatu obyek yang disebabkan adanya perasaan senang/suka. Minat juga dapat dipahami sebagai kekuatan yang memotivasi seseorang untuk lebih memperhatikan situasi, tindakan, atau objek tertentu lainnya. Alat ukur *google form* yang digunakan untuk mengukur minat pada angket ini menggunakan unsur keinginan, suka, tertarik, senang terhadap sesuatu atau obyek yang di teliti.

Menurut Soerjono Soekanto, masyarakat adalah suatu sistem hidup berdampingan yang menciptakan budaya dan keterikatan satu sama lain, di mana berbagai pola tingkah laku yang khas dan berbeda-beda mengikat satu kesatuan manusia dan bersifat berkelanjutan. Masyarakat Surabaya juga dikenal fanatik dan bangga terhadap bahasanya, seiring meluasnya kebudayaan dan wisatawan yang datang ke Surabaya yang mencampurkan dialek Suroboyo, Jawa Ngoko serta Madura.

Menurut Ehara dalam Cwiertka (2006:163) *Udon* adalah makanan tradisional Jepang karbohidrat yang berdiri sendiri sebagai makanan lengkap saat disajikan dalam kaldu dengan bahan tambahan.

METHOD/METODE

Dalam penulisan skripsi ini memakai metode deskriptif kuantitatif. Arikunto (2006) metode deskriptif kuantitatif merupakan sebuah metode yang bertujuan menghasilkan gambar atau deskriptif tentang sebuah keadaan secara objektif yang memakai angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Sampel yang didapatkan adalah 150 orang. Untuk memperhitungkan kuesioner yang telah dibagikan menggunakan *skala likert* dan *spearman rank*. Skala Likert adalah skala penelitian digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala Likert ini digunakan untuk mengisi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Umumnya, pertanyaan yang digunakan dalam penelitian disebut variabel penelitian dan didefinisikan secara terpisah. Menurut Nazir M. (2005) dalam pembuatan skala likert, ada beberapa prosedur yang harus dilakukan peneliti. Pertama, peneliti harus mengumpulkan objek yang cukup besar terkait dengan masalah yang diteliti, terdiri dari hal-hal yang cukup jelas disukai atau tidak disukai responden. Menurut Sugiyono (2016), Kolerasi spearman rank digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal. Data ordinal adalah data yang menggunakan pengidentifikasi variabel untuk menyatakan perbandingan suatu data.

RESULT AND DISCUSSION (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Data yang sudah dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online kepada responden sejumlah 150 orang. Hasil dari pengisian responden yang dalam kurun waktu 5 hari tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

A.1 Hasil Kuesioner

A.1.1 Usia

Diketahui bahwa Usia dari masing-masing responden berbeda, berikut data usia responden:

12 – 20 Tahun	: 8,7%	(13 Orang)
21 – 30 Tahun	: 71,3%	(107 Orang)
31 – 40 Tahun	: 14,7%	(22 Orang)
41 – 50 Tahun	: 5,3%	(8 Orang)

A.1.2 Status

Diketahui bahwa status dari masing-masing responden berbeda, berikut data status responden:

Pelajar	: 8%	(12 Orang)
Mahasiswa	: 60,7%	(91 Orang)
Wirausahawan	: 25,3%	(38 Orang)
Tidak bekerja	: 6%	(9 Orang)

A.1.3 Pertanyaan tentang Tahukah anda mengenai Udon

Diketahui bahwa informasi terhadap responden yang mengetahui *Udon* dari masing-masing berbeda, berikut data responden:

Ya	= 98%	(147 Orang)
Tidak	= 2%	(3 Orang)
Mungkin	= 0%	(0 Orang)

A.1.4 Pertanyaan tentang Pernahkah mengonsumsi Udon

Diketahui bahwa responden yang pernah atau tidak mengonsumsi *Udon* adalah berikut:

Pernah	= 99,3%	(149 Orang)
Tidak pernah	= 0,7%	(1 Orang)

A.1.5 Seberapa sering mengonsumsi Udon

Diketahui bahwa responden yang mengonsumsi Udon berbeda-beda, berikut data responden:

1 – 2 kali sebulan	= 52%	(78 Orang)
3 – 4 kali sebulan	= 44,7%	(67 Orang)
Lebih dari 4 kali sebulan	= 2,7%	(4 Orang)
Tidak pernah	= 0,7%	(1 Orang)

A.1.6 Informasi responden mengenai *Kake Udon*

Diketahui bahwa informasi responden mengenai *Kake Udon* dari masing-masing berbeda, berikut data responden:

Sangat suka	= 29,3%	(44 orang)
Suka	= 70%	(105 orang)
Netral	= 0%	(60 orang)
Tidak suka	= 0%	(0 orang)
Sangat tidak suka	= 0%	(0 orang)
Belum pernah mencoba	= 0,7%	(1 orang)

A.1.7 Informasi responden mengenai Curry Udon

Diketahui bahwa informasi responden mengenai *Curry Udon* dari masing-masing berbeda, berikut data responden:

Sangat suka	= 90,7%	(136 orang)
Suka	= 8,7%	(12 orang)
Netral	= 0,7%	(1 orang)
Tidak suka	= 0%	(0 orang)
Sangat tidak suka	= 0%	(0 orang)
Belum pernah mencoba	= 0,7%	(1 orang)

A.1.8 Informasi responden mengenai *Chikara Udon*

Diketahui bahwa informasi responden mengenai *Chikara Udon* dari masing-masing berbeda, berikut data responden:

Sangat suka	= 7,3%	(11 orang)
Suka	= 88%	(132 orang)
Netral	= 2,7%	(4 orang)
Tidak suka	= 0%	(0 orang)
Sangat tidak suka	= 0%	(0 orang)
Belum pernah mencoba	= 2%	(3 orang)

A.1.9 Informasi responden mengenai *Nabeyaki Udon*

Diketahui bahwa informasi responden mengenai *Nabeyaki Udon* dari masing-masing berbeda, berikut data responden:

Sangat suka	= 18,7%	(28 orang)
Suka	= 80,7%	(121 orang)
Netral	= 0%	(0 orang)
Tidak suka	= 0%	(0 orang)
Sangat tidak suka	= 0%	(0 orang)
Belum pernah mencoba	= 0,7%	(1 orang)

A.2 Skala Likert

Tabel 1. Total jawaban responden

No	Nama	Jumlah Responden					
		SS	S	N	TS	STS	BPM
1	<i>Kake Udon</i>	44	105	0	0	0	1
2	<i>Curry Udon</i>	136	12	1	0	0	1
3	<i>Chikara Udon</i>	11	132	4	0	0	3
4	<i>Nabeyaki Udon</i>	28	121	0	0	0	1



Setelah mengetahui hasil kuesioner, maka cara mencari minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon* rank jenis *Udon* sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert

No	Nama	SS ×6	S ×5	N ×4	TS ×3	STS ×2	BPM ×1	Total Skor	Rank
1	<i>Kake Udon</i>	264	525	0	0	0	1	790	2
2	<i>Curry Udon</i>	816	60	4	0	0	1	881	1
3	<i>Chikara Udon</i>	66	660	16	0	0	3	745	4
4	<i>Nabeyaki Udon</i>	168	605	0	0	0	1	774	3



Rumus: $T \times P_n$

T = Total jumlah responden yang memilih

P_n = Pilihan angka skor likert

$T \times P_n$

Total jumlah responden \times Pilihan angka skor likert

150 \times Pilihan angka skor likert

150 \times (790+881+745+774)

150 \times 3190

= **478.500**

Maka jumlah total skor yang sudah dihitung menggunakan rumusan $T \times P_n$ di atas adalah 478.500 skor.

Setelah mendapatkan total skor yang sudah di hitung dengan rumus $T \times P_n$, selanjutnya yang harus dilakukukan ialah mengukur **Interprestasi Skor Perhitungan**. Interpretasi Skor Perhitungan ini untuk memastikan skor tertinggi dan terendah dari hasil skor likert yang ditetapkan pada setiap rasa. Dengan itu diketahui skor tertinggi (Y) dan skor terendah (X) untuk item penelitian dengan rumus sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi (Y)

Y = Skor tertinggi likert \times jumlah responden

Y = 6 \times 150 = 900

Y = 900

Mencari skor terendah (X),

X = Skor terendah likert \times jumlah responden

X = 1 \times 150 = 150

X = 150

Sehingga skor tertinggi untuk item sangat setuju ialah 6 \times 150 = 900, sementara skor terendah untuk item belum pernah mencoba adalah 1 \times 150 = 150.

Pra Penyelesaian

Sebelum penyelesaian akhir, interval (rentang jarak) dan interpretasi persentase harus diketahui untuk memastikan penilaian menggunakan metode mencari interval skor persen (I). dengan Rumusan Interval berikut,

$$I = \frac{100}{\text{skor item tertinggi likert}}$$

$$I = \frac{100}{6}$$

$$I = 16,67$$

Untuk jumlah Interpretasi yang telah dihitung dimulai dari 16,67%. Berikut kriteia interpretasi skor berdasarkan interval:

0% - 16,67% Tidak Ada Jawaban

16,68% - 33,35% Sangat Tidak Suka

33,36% - 50,03% Tidak Suka

50,04% - 66,71% Netral

66,72% - 83,39% Suka

83,40% - 100% Sangat Suka

Selesai mengetahui kriteria interprestasi skor interval yang sudah diurutkan, selanjutnya menghitung hasil dengan memakai rumusan indeks %.

Penyelesaian Akhir

Total Skor / $Y \times 100$

$$I = \frac{\text{Total Skor}}{\text{skor tertinggi item (Y)}} \times 100$$

$$I = \frac{478500}{\text{skor tertinggi item (Y)}} \times 100$$

$$I = \frac{478500}{900} \times 100$$

$$I = 53,16 \%$$

Jadi penilaian Interpretasi Responden Minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon* dengan hasil hitung yaitu 53,16%. Menunjukkan Interpretasi Responden berada pada katagori Cukup/Netral (di antara minat dan tidak minat).

A.2.2 Korelasi Spearman Rank

Spearman rank ini untuk mengukur frekuensi Tahukah anda mengenai *Udon* (Xi) dengan pertanyaan pernahkah mengonsumsi *Udon* (Yi) sebagai berikut:

Tabel 3. Kolerasi Spearman Rank

No	Tahukah anda mengenai <i>Udon</i>	Xi	Pernakah mengonsumsi <i>Udon</i>	Yi	Peringkat (Xi)	Peringkat (Yi)	d_i	d_i^2
150	Ya	3	Pernah	2	77	76	1	1
							0	$\sum d_i^2$
								22350

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

ρ = koefisien kolerasi spearman rank

d_i^2 = beda antara dua pengamatan berpasangan

n = total pengamatan

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{6 \times 22350}{150(150^2-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{134.100}{150(22500-1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{134.100}{150(22499)}$$

$$\rho = 1 - \frac{134.100}{3.374.850}$$

$$\rho = 1 - 0,039$$

$$\rho = 0,961$$

Sebagai interpretasi, angka ini perlu dibandingkan dengan tabel nilai-nilai ρ (*rho*) dibawah ini.

N	Taraf signifikan	
	5%	1%
50	0,279	0,361
55	0,266	0,345
60	0,254	0,330
65	0,244	0,317
70	0,235	0,306
75	0,227	0,296
80	0,220	0,286
85	0,213	0,278
90	0,207	0,267
95	0,202	0,263
100	0,195	0,256
125	0,176	0,230
150	0,159	0,210
175	0,148	0,194

Setelah menganalisis tabel Spearman rank hasil yang didapatkan senilai 22350 lalu langkah selanjutnya adalah menghitung menggunakan rumus:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

Kemudian hasil dari perhitungan menggunakan rumus diatas senilai 0,961. Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai $n = 150$, dengan derajat kesalahan 5% = 0,159 dan untuk 1% = 0,210. Sedangkan pada hasil $\rho = 0,961$ dapat diuraikan sebagai berikut:

Derajat kesalahan 5% = $0,961 \geq 0,159$

Derajat kesalahan 1% = 0,961 \geq 0,210

Hal ini berarti Ditolak H_0 dan Diterima H_a .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis nol (H_0) Ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) Diterima atau dengan kata lain bahwa pertanyaan 1(X_i) dan pertanyaan 2(Y_i) memiliki hubungan yang signifikan. Dapat dikatakan signifikan jika nilai yang diperhitungkan menggunakan rumus diatas lebih besar dari pada tabel yang telah ditetapkan oleh perhitungan Spearman rank. Dalam perhitungan Spearman rank pada penelitian ini didapatkan nilai 0,961. Pada ketetapan tabel di atas untuk 5% senilai 0,159 dan untuk 1% senilai 0,210. Maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Hipotesis nol (H_0) adalah hipotesis yang tidak berpengaruh atau tidak signifikan. Hipotesis alternatif (H_a) dapat juga diartikan sebagai berpengaruh artinya dalam penelitian ini untuk pertanyaan yang terdapat di *google form* bisa dikatakan berpengaruh terhadap minat masyarakat Surabaya terhadap *Udon*.

CONCLUSION/KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan sejumlah 150 responden di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden dengan usia 21-30 tahun berjenis kelamin perempuan sebanyak 56%, berstatus Mahasiswa dengan nilai presentase 60,7% dan banyak yang berasal dari Surabaya Timur. Responden mengetahui tentang *Udon* sebanyak 98%. 99,3% responden pernah mengonsumsi *Udon*. Responden yang mengetahui *Udon* dan mengonsumsi 1-2 kali dalam sebulan terdapat 52%, jenis rasa yang disukai adalah “*Curry Udon*”

Interpretasi Responden berdasarkan skala likert 53,16% yang berarti minat responden pada *Udon* dikategorikan “Netral” (di antara minat dan tidak minat). Uji coba analisis dengan spearman rank diketahui bahwa Hipotesis nol (H_0) Ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) Diterima dengan kata lain bahwa pertanyaan pertama “Tahukah anda mengetahui tentang *Udon*” dengan pertanyaan kedua “Pernahkah mengonsumsi *Udon*” memiliki korelasi (hubungan) yang signifikan, berarti responden tidak hanya mengetahui *Udon* tetapi juga pernah mencobanya.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA (APA Style 7th)

Internet:

- Anastasi, A & Urbina. (2007). *Tes Psikologi: Terjemahan*. Jakarta: PT Indeks.
- Holland, J. L., Fritzsche, B. A., & Powell, A. B. (1994). *The Self-Directed Search technical manual*. Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*
<https://nsd.co.id/posts/10002-mengenal-tes-minat-sds-holland-self-directed-search-holland.html>
- Binus University, 2021. “*Memahami Skala Likert dalam Penelitian Ilmiah*”
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/> (Diakses pada tanggal 02 Mei 2023)
- Dickson, Kho. 2022. “*Pengertian Skala Likert (Likert Scale) dan Menggunakannya*” Pengertian Skala Likert dan Cara Menggunakan

Skala Likert (teknikelektronika.com) (Diakses pada tanggal 6 Mei 2023)

Harruma Issha. “*Pengertian Masyarakat Menurut Para Ahli*” (Diakses pada 09 April 2023 Pukul 13.50 WIB)

<https://nasional.kompas.com/read/2022/03/09/01150061/pengertian-masyarakat-menurut-para-ahli>

Rizka, A. R. 2021. “*Pengertian Masyarakat menurut Para Ahli serta ciri dan Unsur-unsurnya*” (Diakses pada tanggal 06 April 2023 Pukul 15.46 WIB)

<https://tirto.id/pengertian-masyarakat-menurut-para-ahli-septa-ciri-unsur-unsurnya-gbbv>

Sampoerna University, 2022. “*Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan dan Contoh*”

<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan- dan-contoh/> (Diakses pada tanggal 25 Mei 2023 Pukul 14.30 WIB)

Jurnal:

Jurnal. Maghfiroh, Nella, and Gunarti Dwi Lestari. "Gerakan Literasi Untuk Meningkatkan Minat Dan Budaya Baca Masyarakat Di Kota Surabaya." JPUS: Jurnal Pendidikan Untuk Semua 4.4 (2020): 63-72.

Jurnal. Rosliana Lina. *Shoku Bunka: warna budaya dan tradisi dalam makanan Jepang*. Izumi Volume 6, No 2, 2017 ISSN: 2502-3535.

Jurnal. Sosnoski Daniel. 2001. *Introduction to Japanese Culture*. ISBN: 978-1-462-91153-0.

Skripsi:

Skripsi. Amanda Sonia, *Minat masyarakat dalam membayar zakat pertanian padi di nagari lansek kadok kecamatan Rao Selatan*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Skripsi. Citra Siti Anisa. *Persepsi mahasiswa terhadap restoran Ramen-ya dan Marugame Udon sebagai salah satu restoran Ramen dan Udon*. Fakultas Bahasa dan Budaya Universitas Darma Persada Jakarta, 2022.

Skripsi. Nurfitri Kholifah. *Minat Orang Indonesia terhadap ramen instan*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2022.