

**Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan (Trust)
Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre
Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop
(CORP) Semarang)**

TIKA DIAN ALFATRIS

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201001961@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa e-commerce. E-commerce berarti melakukan bisnis secara elektronik yaitu seperti perdagangan, barang, jasa dan keahlian yang menggunakan komputer untuk terhubung satu sama lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh harga, promosi, kualitas produk, dan kepercayaan (trust) terhadap minat beli K-Pop (Korean Pop) album dengan sistem pre order secara online pada online shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh K-Pop (Korean Pop) fans (Para pecinta musik K-Pop) yang jumlahnya sangat banyak atau tidak diketahui. Jenis data yang dipakai adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampling adalah non probability sampling dengan sampel sebanyak 116 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 2). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 3). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 4). Kepercayaan (Trust) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Adjusted R Square sebesar 37,5% ini berarti kemampuan variabel harga, promosi, kualitas produk, dan kepercayaan (trust) terhadap variabel minat beli sebesar 37,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Kepercayaan (Trust), Minat Beli.

The Influence Of Price, Promotion, Product Quality And Trust To The Interest Of Buying K-Pop (Korean Pop) Album With Online Pre Order System At Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang

TIKA DIAN ALFATRIS

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211201001961@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

ABSTRACT

To accelerate and increase sales faster by looking at the rapid development of information technology, can utilize an online service such as e-commerce. E-commerce means doing business electronically like trade, good, service, and expertise using computers to connect to each others. This study aims to investigate the influence of price, promotion, product quality and trust to buying interest of K-Pop (Korean Pop) album with online pre order system at online shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang.

The population in this study a set of K-Pop (Korean Pop) fans (The K-Pop music lovers) in confluence or unknown. The type of data used is primary data by using questionnaire method of data collection. Sampling technique was non probability sampling with 116 respondents. The analysis technique used is multiple regression. Using questionnaire method with 116 examples respondent. The technique of multiple regression analysis.

The analysis result showed that : 1. Price has positive and significant impact on the buying interest, 2. Promotion has positive and impact on the buying interest, 3. has positive and significant impact on the buying interest, 4. trust has positive and significant impact on the buying interest. Adjusted R Square of 37,5% this mean the ability of a variable price, promotion, product quality and trust to buying interest is 37,5% and the rest 62,5% is explained by other variables that are not included in this study.

Keyword : Keyword: price, promotion, product quality, trust, buying interest.