

## ABSTRAK

Perkembangan Globalisasi di Negara ASEAN khususnya di Indonesia sangat cepat. Globalisasi diartikan sebagai integrasi perekonomian, budaya, politik, aspek social, dan perkembangan teknologi yang sangat maju sehingga memudahkan bagi masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi. Tingkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh para penggemar Kpop semakin meningkat terhadap produk-produk Korea karena produk-produk tersebut memiliki daya tarik yang kuat, mendorong para penggemar untuk menginginkan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh positif Kualitas Produk, Promosi, dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian album K-Pop di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data survey menggunakan google form dengan sample sebanyak 100 responden pada remaja Wanita dan pria yang berusia 17 tahun keatas, yang sudah sering membeli album K-Pop. Metode Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM, dengan aplikasi yang mendukung metode alternatif SEM yaitu *SmartPLS*.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan diantaranya: 1) Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Presepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Presepsi Harga, dan Keputusan Pembelian.**