

ABSTRAK

Nama : Chintya Arianty
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ALBUM *KOREAN POP*

(xv+121 halaman: 8 gambar; 16 tabel; 3 lampiran)

Pada era digital saat ini masyarakat dapat dengan mudah membeli barang yang dibutuhkan secara *online*, termasuk album musik bagi para penggemar K-Pop. Dalam melakukan pembelian *online* dibutuhkan pelayanan dari penjual untuk membangun kepercayaan konsumen. Peneliti ingin melihat pengaruh kualitas pelayanan dari *online shop* terhadap kepercayaan konsumen, sehingga berhasil menjual produk di tengah persaingan yang ketat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada 100 responden yang merupakan pengikut dan pembeli barang dari akun twitter @allboutmerch. Data dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan analisis data uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen dalam pembelian album K-Pop di media sosial twitter.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Kepercayaan Konsumen, Belanja Online, Media sosial

Referensi : 57 (1985 – 2021)

ABSTRACT

Name : Chintya Arianty
Study Program : Communication Sciences
Title :

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE TO CONSUMER'S TRUST IN THE PURCHASING KOREAN POP ALBUMS

(xv+121 pages: 8 pictures; 16 table; 3 appendix)

In today's digital era people can easily buy the things they need online, including music albums for K-Pop fans. In doing online shopping, service from the seller is needed to build consumer trust. Researchers want to see the effect of service quality from online shops on consumer confidence to sell products in the midst of intense competition successfully.

This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing online questionnaires to 100 respondents who are followers and buyers of goods from the @allboutmerch Twitter account. The data collected was then processed using simple linear regression test data analysis. This study indicates that there is a significant effect of service quality on consumer confidence in purchasing K-Pop albums on Twitter social media.

Keywords: *Service Quality, Consumer Trust, Online Shopping, Social Media*

Reference : 57 (1985 – 2021)