

Perceived value, innovativeness, and purchase intention for online K-pop album customer = Persepsi nilai, tingkat inovasi, dan niat membeli pelanggan album K-pop online

Primariani Callista Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494224&lokasi=lokal>

Abstrak

This research aims to analyze the growing trend of online shopping activities. As Indonesia is now posed to be one of the biggest e-commerce market in Asia, the online shopping activity has also increased exponentially. One of the biggest online niche transaction nowadays are transaction of K-Pop Online Album. K-Pop Community has started small but now has reached a significant number Globally and Indonesia is one of the biggest market for K-Pop Album. This research will study what are the factors influencing the intention to purchase K-Pop Album Via online store. Data is drawn from questionnaires response shared via twitter and Instagram. The analysis is conducted using Structural Equation Modelling.Riset ini bertujuan untuk menganalisa tren berbelanja secara online yang semakin bertumbuh. Indonesia saat ini makin berpotensi untuk menjadi salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia, di mana aktivitas belanja secara online sedang bertumbuh secara exponential. Salah satu transaksi online terbesar saat ini adalah transaksi album kpop yang dibeli secara online. Komunitas K-Pop mulai tumbuh dari peminat dengan jumlah kecil sampai dengan saat ini yang telah tumbuh menjadai salah satu komunitas global terbesar dan Indonesia adalah salah satu pasar terbesar untuk penjualan album K-Pop. Riset ini akan meneliti apa saja factor yang mempengaruhi niat untuk membeli abum K-Pop via took online. Data diambil dari kuesioner yang disebarluaskan lewat Instagram dan Twitter. Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modelling.