

PENGARUH HARGA, PROMOSI EVENT, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN MERCHANDISE BERTEMA POP CULTURE JEPANG DI YOGYAKARTA

Celvin Tetiandra Suroso

NIM. 141210279

Celvinsuroso@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Promosi Event, dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian merchandise bertema Pop Culture Jepang di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner *Google Form* yang disebar kepada 100 responden yang mengikuti *event* dan membeli merchandise Pop Culture Jepang. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* melalui program *SmartPLS 4.1*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, *Event Promotion* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian merchandise Pop Culture Jepang. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian, dengan nilai *Q-square* sebesar 0,962 yang menunjukkan model memiliki *predictive relevance* yang sangat tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, persepsi harga yang sesuai, promosi event yang efektif, dan kualitas produk yang unggul menjadi faktor utama yang menentukan minat pembelian merchandise Pop Culture Jepang.

Kata kunci: Harga, *Event Promotion*, Kualitas Produk, Minat Pembelian, Pop Culture Jepang.