

ABSTRACT

Globalization introduces cultures from various countries, one of which is South Korea. K-pop culture is selling well in Indonesia with its digital marketing, besides consumer trust that is well maintained is directly correlated with buying interest in the price of the album Map of The Soul: 7 BTS in Surabaya. This research uses quantitative research methods, while the population used in 207 this study are BTS boyband fans in Surabaya with a sample of 105 respondents. The results showed that consumer confidence, price and digital marketing partially had an influence on buying interest in the Map of The Soul: 7 BTS album. Then the f test produces a value of 18,610 and a significance of 0.000. ($0.000 < 0.05$) which means that consumer confidence, price and digital marketing simultaneously have an influence on buying interest in the album Map Of The Soul: 7 in Surabaya.

Keyword : *Consumer Trust, Price, Digital Marketing*

ABSTRAK

Globalisasi memperkenalkan budaya dari berbagai negara salah satunya Korea Selatan. Budaya K-pop laris manis di Indonesia dengan pemasaran digitalnya, selain itu kepercayaan konsumen yang dijaga dengan baik berkorelasi langsung dengan minat beli harga album Map of The Soul: 7 BTS di Surabaya. Riset ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu 207 penggemar *boyband* BTS di Surabaya dengan sampel sebanyak 105 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, harga serta *digital marketing* dengan cara parsial memiliki pengaruh pada minat beli album Map of The Soul:7 BTS. Kemudian dalam uji *f* menghasilkan nilai sejumlah 18,610 dan signifikansi 0,000. ($0,000 < 0.05$) yang artinya kepercayaan konsumen, harga serta *digital marketing* dengan cara simultan memiliki pengaruh pada minat beli album *Map Of The Soul: 7* di Surabaya.

Kata Kunci :Kepercayaan Konsumen,Harga,*Digital Marketing*