

## ABSTRAK

Perkembangan dunia *e-commerce* saat ini berkembang sangat pesat, para pelaku bisnis mulai beralih dengan mengembangkan bisnisnya didunia digital terdapat sekian banyak kategori produk yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis digital, salah satunya yaitu pada kategori produk *fashion*.

*Fashion* merupakan salah satu dari sekian banyak hal yang memiliki peranan penting dalam kehidupan seseorang baik pria maupun wanita. Dalam penelitian ini kategori *fashion* yang dituju adalah kategori *fashion* pria. Selain itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tanggapan dari konsumen pria yang pernah melakukan pembelian produk *fashion* secara *online* dan untuk mengetahui pengaruh antar variabel secara parsial. Dan variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah harga produk, promosi, dan minat beli dengan masing-masing indikator didalamnya.

Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*) dengan sampel sebanyak 100 responden pria yang pernah melakukan pembelian produk *fashion* secara *online* dan tersebar di Kota Jakarta dan Bandung, pada penggunaan teknik analisis tersebut penelitian ini dibantu dengan *software Smart PLS 3.0*.

Hasil dari pada penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan konsumen pria berada pada interpretasi skor  $>3.41$  (Setuju). Selain itu, pengaruh variabel secara parsial harga produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli *fashion* pria pada *e-commerce*, sedangkan pada variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli *fashion* pria pada *e-commerce*.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi internal dalam suatu kelompok atau organisasi bisnis digital, khususnya pada kategori yang sesuai dalam penelitian ini yaitu *fashion* pria.

Kata kunci: harga produk, promosi, *e-commerce*, minat beli *fashion* pria.