

ABSTRAK

Korean pop atau bisa disebut dengan K-Pop merupakan jenis musik yang sangat populer di Korea Selatan. Indonesia menjadi salah satu pangsa pasar bagi industri musik didunia, tetapi industri musik yang sekarang banyak digandrungi oleh remaja dan sebagian masyarakat di Indonesia. Musik K-pop sekarang mulai disukai oleh banyak orang di Indonesia termasuk album fisiknya,. Akses dalam mendapatkan album fisik kpop juga di dorong dari layanan *digital marketing* yang mendukung minat beli album tersebut mulai dari sosial media hingga situs website, dengan adanya layanan digital ini membuat para konsumen menjadi mudah dalam membeli album K-Pop.

Tujuan dalam penelitian ini Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara *digital marketing* terhadap minat beli penggemar pada album Korean Pop. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas penggemar musik K-Pop di Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah penggemar K-Pop di Kota Bandung yang sudah pernah membeli minimal satu kali musik K-Pop dan jumlah sampel sebanyak 100 responden . menggunakan teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan uji t test.

Hasil dari penelitian ini adalah digital marketing berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli.

Kata kunci : *Digital marketing*, Minat beli, K-Pop