

ABSTRACT
BRAND IMAGE AS A MEDIATION FOR THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA
ADVERTISING CONTENT AND SOCIAL MEDIA SALES PROMOTION
CONTENT ON BEHAVIORAL INTENTION FOR CLOTHING DISTRIBUTIONS
OUTLET IN BANDAR LAMPUNG

(STUDY ON OTSKY STORE DISTRIBUTIONS OUTLET PRODUCTS, LAMPUNG)

By:

Tinezia Sri Cendani

The development of the business sector in MSMEs in the fashion sector has become widespread in society. The Otsky Store is one of the MSMEs in the fashion sector which is famous for its good quality t-shirts on the market. This study will analyze the effect of the influence of social media advertising and social media sales promotion content with brand image as a mediating variable on behavioral intention for Clothing Distro Otsky Store. By doing branding on social media platforms which are very influential due to using a content. Brand Image is needed as a mediating role in this research. This research is to test the positive and significant values of the variables. The method in this research uses quantitative descriptive. In this study using descriptive analysis that measures dominant indicators and weak indicators to draw conclusions and provide advice on the object being examined using PLS. The results of this research produced 121 respondents, the hypothesis value and the role of mediation were accepted with a p value <0.05 so the value was positive and significant for the variable. The mediation results revealed the significant role of brand image in explaining the relationship between social media advertising content, social media sales promotion content and behavioural intention.

Keywords: Otsky Store, Social Media, Content, Brand Image

ABSTRAK
BRAND IMAGE SEBAGAI MEDIASI PENGARUH KONTEN IKLAN MEDIA
SOSIAL DAN KONTEN PROMOSI PENJUALAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
NIAT PERILAKU PADA DISTRIBUSI OUTLET DI BANDAR LAMPUNG

(STUDI PADA PRODUK DISTRIBUSI OUTLET OTSKY STORE, LAMPUNG)

By:

Tinezia Sri Cendani

Perkembangan dunia usaha pada UMKM bidang fashion sudah meluas di masyarakat. Otsky Store merupakan salah satu UMKM di bidang fashion yang terkenal dengan kualitas kaos yang bagus di pasaran. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh iklan media sosial dan konten promosi penjualan media sosial dengan citra merek sebagai variabel mediasi terhadap niat perilaku pada Clothing Distro Otsky Store. Dengan melakukan branding pada platform media sosial yang sangat berpengaruh karena penggunaan suatu konten. Brand Image diperlukan sebagai peran mediasi dalam penelitian ini. Penelitian ini untuk menguji nilai positif dan signifikan dari variabel-variabel tersebut. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang mengukur indikator dominan dan indikator lemah untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran terhadap objek yang diteliti menggunakan PLS. Hasil penelitian ini menghasilkan 121 responden, nilai hipotesis dan peran mediasi diterima dengan nilai $p < 0,05$ sehingga nilai tersebut positif dan signifikan terhadap variabel. Hasil mediasi mengungkapkan adanya peran signifikan citra merek dalam menjelaskan hubungan antara konten iklan media sosial, konten promosi penjualan media sosial dan niat berperilaku.

Kata Kunci: Otsky Store, Media Sosial, Konten, Citra Merek