

ABSTRAK

Gieskha Tritania Gavriila (01011180233)

“PENGARUH KONTEN PADA AKUN SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING YANG DIMODERASIKAN OLEH CITRA PRODUK”

(v + 147 halaman; 9 gambar; 14 tabel)

Media sosial saat ini sudah menjadi salah satu trend yang sangat populer dalam menghubungkan komunikasi antar orang termasuk pada komunikasi pemasaran. Strategi yang paling efektif dan efisien pada era ini adalah dengan menggunakan pemasaran online melalui sosial media. Dengan cara membuat sebuah konten yang menarik sehingga dapat mencapai tujuan penjualan terhadap suatu merek. Sesuai dengan tujuan penelitian kali ini mengenai produk atau merek yang cukup banyak di kenal oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia yaitu Scarlett Whitening yang sekarang melonjak tinggi hasil penjualannya melalui setiap konten yang disebarakan melalui sosial media akun official mereka sendiri, maupun reseller yang ada. Riset ini memfokuskan pada analisa pengaruh konten pada akun sosial media terhadap perilaku pembelian produk Scarlet Whitening yang dimoderasikan oleh citra produk. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif, dengan teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Jumlah responden yang dikumpulkan sebanyak 300 responden yang digunakan untuk dianalisis menggunakan SmartPLS 4. Terdapat 9 hipotesis yang dibentuk melalui penelitian ini untuk diuji, dari seluruh hipotesis yang dimiliki dua hipotesis ditolak dan tujuh hipotesis diterima dalam pengujian hipotesis yang ada. Hipotesis yang ditolak ialah hipotesis (H1) tidak berpengaruh positif atau ditolak antara konten yang dibuat perusahaan (FGC) dan ekuitas merek berbasis konsumen (CBBE) yang dimoderasi oleh Kesesuaian Diri dan (H5) tidak terdapat pengaruh positif hubungan konten yang dibuat perusahaan (FGC) dan ekuitas merek berbasis konsumen (CBBE) pada niat membeli produk

Kata Kunci: Konten Terkait Merek, Sosial Media, Ekuitas Merek, Keselarasan diri, Niat Membeli, Pengesahan Produk