

INTISARI

Pengaruh Konten Video dan Penggunaan Hashtag di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Brand Image Zozo Garden di Bandar Lampung

Oleh :

Adinda Syahda Alya Sabrina (2012140043)

Sadinda837@gmail.com

Penelitian ini membahas upaya Zozo Garden dalam mengatasi persepsi masyarakat terhadap harga makanan dan minumannya yang dianggap mahal dengan menggunakan strategi peningkatan brand image melalui media sosial Instagram dengan konten video dan penggunaan hashtag #ZozoGakMahalLagi. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi apakah konten video dan hashtag #ZozoGakMahalLagi mampu membantu Zozo Garden untuk menciptakan Brand Image terjangkau bagi target marketnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksploratif, populasinya adalah pengguna instagram dan sampel yang diteliti sebanyak 120 responden dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Alat analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan Statistical Product and Service Solutions (SPSS) untuk mengolah data secara statistik. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa konten video berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan brand image Zozo Garden. Penggunaan hashtag berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembentukan brand image Zozo Garden. Didapatkan dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda hashtag memiliki pengaruh yang lebih besar dari variabel konten video. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan konten video dan penggunaan hashtag memiliki pengaruh terhadap pembentukan Brand Image Zozo Garden di Bandar Lampung.

Kata Kunci : Citra Merek, Instagram, Manajemen Hashtag, Pemasaran Digital, Pemasaran Media Sosial

ABSTRACT

The Effect of Video Content and the Use of Hashtags on Instagram Social Media on the Formation of Zozo Garden Brand Image in Bandar Lampung

By :

Adinda Syahda Alya Sabrina (2012140043)

Sadinda837@gmail.com

This research discusses Zozo Garden's efforts to overcome public perceptions of the price of food and drinks that are considered expensive by using brand image improvement strategies through Instagram social media with video content and the use of the hashtag #ZozoGakMahalLagi. The purpose of this study is to explore whether video content and the hashtag #ZozoGakMahalLagi can help Zozo Garden to create an affordable brand image for its target market. This type of research is exploratory quantitative research, the population is Instagram users and the sample studied was 120 respondents using non-probabilty sampling method. The data analysis tool in this study uses the help of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) to process data statistically. The results in this study indicate that video content has a positive and significant effect on the formation of the Zozo Garden brand image. The use of hashtags has a positive and significant effect on the formation of Zozo Garden's brand image. It was found in this study that the results of multiple linear regression analysis of hashtags had a greater influence than the video content variable. Based on the results of this study, it can be concluded that video content and the use of hashtags have an influence on the formation of the Zozo Garden Brand Image in Bandar Lampung

Keywords : digital marketing, brand image, Social media marketing, instagram, hashtag management.