

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

**Oleh:
FATMA AISYAH
15511241036**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui iklan media sosial di cafe G27. 2) mengetahui tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial instagram yang ada di Cafe G27.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen cafe G27 yang berjumlah 30 orang yang datang karena iklan instagram. Uji coba instrumen dilakukan pada 30 responden. Pengumpulan data Tanggapan Konsumen Terhadap Iklan Media Sosial Cafe G27 Pabelan Magelang menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah homogen maka peneliti mengambil sampel 30 orang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh: 1) Iklan media sosial pada cafe G27 termasuk dalam kategori sangat baik, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan kategorisasi iklan media sosial instagram yaitu 53,33%. 2) Tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial instagram termasuk dalam kategori baik, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan kategorisasi yaitu 60%.

Kata kunci: Iklan, Media Sosial, Cafe G27.

**CONSUMER RESPONSE TO THE SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENTS OF CAFE G27
PABELAN MAGELANG.**

**BY:
FATMA AISYAH
15511241036**

ABSTRACT

This study aims to: 1) find out about social media advertisements at cafe G27. 2) knowing consumer responses to Instagram social media advertisements at Cafe G27.

This type of research uses a quantitative descriptive approach. The population of this study is cafe G27 consumers, amounting to 30 people who came because of Instagram ads. The instrument trial was conducted on 30 respondents. Data collection of Consumer Responses to the G27 Pabelan Cafe Social Media Ads Magelang using a questionnaire. The data analysis technique used is the description of the data from each variable. The population in this study is homogeneous, the researchers took a simple of 30 people.

Based on the results of the study concluded: 1) Social media ads at cafe G27 included in the excellent category, this is evidenced by the results of the calculation of Instagram social media ad categorization, which is 53.33%. 2) Consumer responses to Instagram social media advertisements are included in the good category, this is evidenced from the results of the categorization calculation that is 60%.

Keywords: Advertisements, Social Media, Cafe G27.