

## ABSTRAK

Keshya Diva Yohannisa (01015220041)

### **DAMPAK IKLAN BERBAYAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP RESPON KONSUMEN PADA INDUSTRI MAKANAN SEHAT**

Iklan pada media sosial sudah menjadi hal yang seringkali ditemui pada saat melakukan akses ke berbagai media sosial manapun sehingga pada penelitian ini akan memperlihatkan bagaimana nilai atau *value* dari setiap iklan berbayar yang muncul pada media sosial Instagram. Topik makanan sehat juga menjadi hal yang akan dibahas pada penelitian ini karena saat ini tingkat kesadaran atas konsumsi makanan sehat semakin lama semakin meningkat. Rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini akan melihat bagaimana iklan berbayar di media sosial Instagram mempengaruhi respon konsumen terhadap makanan sehat, apakah terdapat perbedaan dalam pengaruh iklan berbayar pada media sosial Instagram terhadap respon konsumen, variabel apa yang secara signifikan memengaruhi respon konsumen dalam konteks konsumsi makanan sehat, serta apa yang memberi dampak dari iklan berbayar di media sosial Instagram terhadap respon konsumen pada industri makanan sehat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang artinya seluruh responden diberikan kuesioner untuk dapat mengisikan jawabannya melalui kuesioner dengan populasi penelitian *non-probability* yaitu konsumen dari aplikasi media sosial Instagram dengan usia mulai dari 16 tahun hingga >59 tahun dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Hasil dari penelitian ini memungkinkan kita untuk menentukan variabel mana yang mempengaruhi konsumen, yang diukur dengan niat, yang dimotivasi oleh sikap konsumen terhadap nilai makanan sehat, yang dipengaruhi oleh nilai iklan berbayar di media sosial Instagram.

**Kata kunci:** Makanan sehat, iklan berbayar di media sosial Instagram, sikap konsumen, niat konsumen, respon konsumen, *utilitarian value*, *hedonic value*.