

ABSTRAK

Pelaksanaan komunikasi pemasaran Axis berupa penggunaan media sosial dengan 6 akun resmi serta respon konsumen terhadap media sosial Axis tersebut. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel di dalam media sosial terhadap respon konsumen Axis di kota Bandung.

Jenis penelitian adalah penelitian kausal, dengan metode yang di gunakan adalah kuantitatif, dengan sifat deskriptif karena penelitian ini menggambarkan populasi yang sedang di teliti, Jenis penelitian survey ini memfokuskan pada pengungkapan hubungan kausal antar variable X dan variabel Y. Dengan menggunakan analisis jalur

Berdasarkan penelitian maka media sosial berpengaruh terhadap respon konsumen. Variabel media sosial secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel respon konsumen sebesar 74,3% dan sisanya yaitu 25,7% dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara simultan media sosial berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen. Lalu secara parsial variabel *context* dan *collaboration* berpengaruh secara signifikan terhadap respon konsumen. Sedangkan variabel *communications* dan *connections* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap respon konsumen. Diperkirakan hal ini terjadi karena bentuk *connections* yang di terapkan oleh Axis tidak sesuai dengan karakteristik dari responden.

Bahwa media sosial Axis mempengaruhi respon konsumen secara positif maka sebaiknya Axis sebaiknya menekankan lagi media sosial tersebut, Sedangkan untuk perusahaan yang harus diperhatikan adalah, aspek *context* dan *collaboration* yang menjadi aspek berpengaruh secara signifikan terhadap respon dari konsumen yang berarti semakin baik *context* dan *collaboration* yang di terapkan perusahaan akan semakin tinggi respon dari konsumen, hasil tidak terdapat pengaruh signifikan antara *communications* dan *connections* terhadap respon konsumen. sehingga Axis tidak perlu meningkatkan komunikasi karena tidak berdampak signifikan terhadap respon konsumen

Kata Kunci: Media Sosial, Respon, Axis, Telekomunikasi