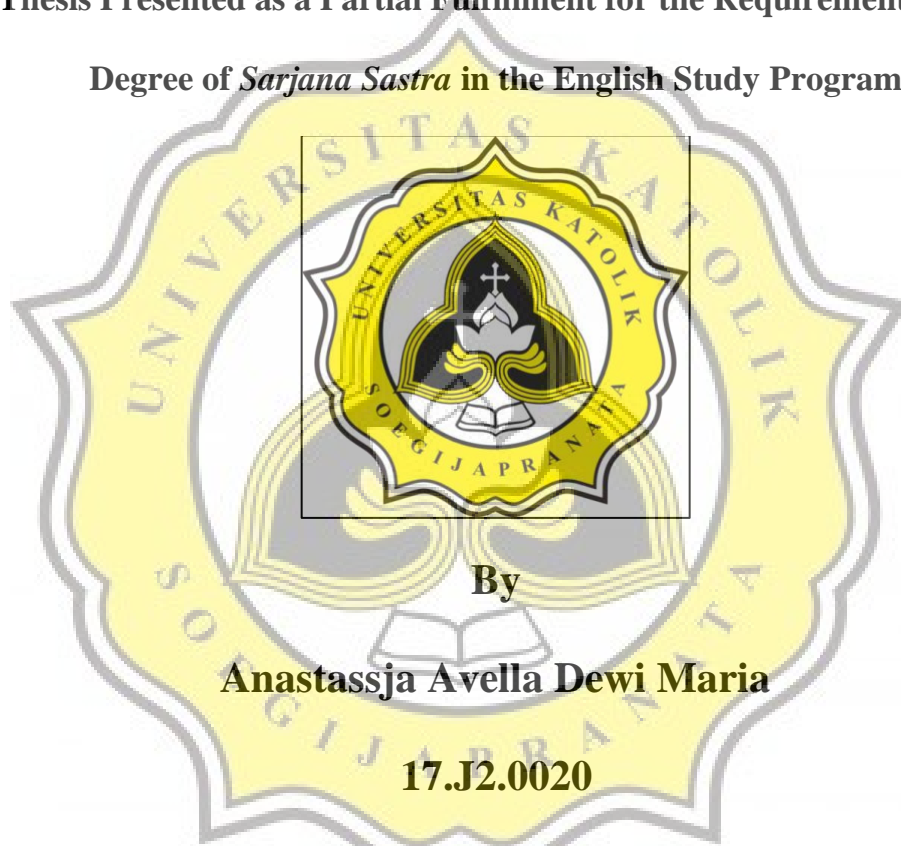


**CONSUMERS' PERCEPTION TOWARDS  
ADVERTISEMENTS OF GRAB ON-DEMAND MULTI-  
SERVICE PLATFORM**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the  
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



**By**

**Anastassja Avella Dewi Maria**

**17.J2.0020**

**ENGLISH STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS**

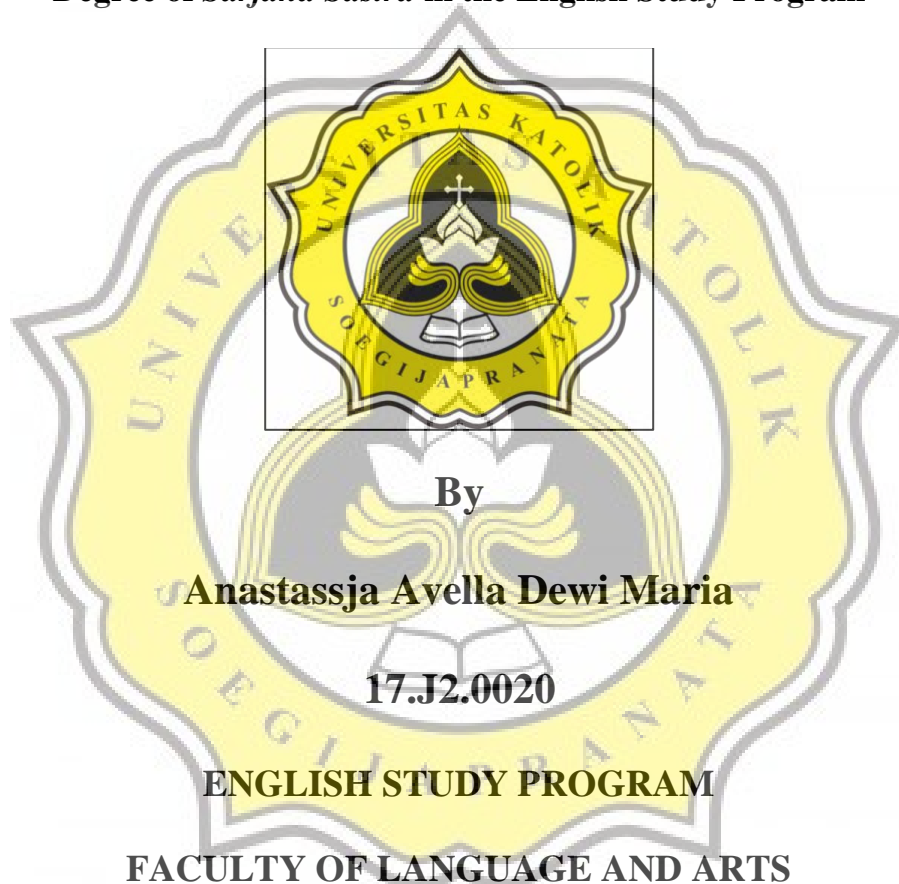
**SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY**

**SEMARANG**

**2023**

**CONSUMERS' PERCEPTION TOWARDS  
ADVERTISEMENTS OF GRAB ON-DEMAND MULTI-  
SERVICE PLATFORM**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the  
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



**By**

**Anastassja Avella Dewi Maria**

**17.J2.0020**

**ENGLISH STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS**

**SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY**

**SEMARANG**

**2023**

## ABSTRACT

People have started to get used to on-demand multi-services like Grab. This study aims to find out the customers' perceptions of the advertisements of Grab's on-demand multi-service platform. To address the research questions, the writer used online questionnaires having a 4-scored Likert scale method. Each question had four options ranging from Strongly Disagree to Strongly Agree. The options were converted into scores ranging from 1 for the least favorable responses to 4 for the most favorable responses. The writer used means to examine the central tendency of each question. The finding suggested that the respondents have positive perception towards the advertisements on on-demand multi-service platforms, with the advertisement "*Kejar apa pun pakai Jaminan Antingaret!*".

## ABSTRAK

Masyarakat sudah mulai terbiasa dengan layanan multi-layanan on-demand seperti Grab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap iklan platform multi-layanan on-demand Grab. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif di mana penulis menggunakan kuesioner tertutup dengan menggunakan metode skala Likert 4 skala. Setiap pertanyaan memiliki empat opsi mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Opsi diubah menjadi skor mulai dari 1 untuk tanggapan yang paling tidak menguntungkan hingga 4 untuk yang paling menguntungkan. Penulis menggunakan sarana untuk memeriksa kecenderungan sentral dari setiap pertanyaan. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap iklan di platform multi-layanan on-demand, dengan iklan "*Kejar apa pun pakai Jaminan Antingaret!*".