

ABSTRAK

Nama/NIM : Mohammad Faisal/2005-51-013.
Judul : Daya Tarik *Celebrity Endorser* (Lyla Band) Iklan IM3 Versi "OMG Semau mu" dan Minat Beli Pada SMK Assa'adatul Abadiyah Jakarta Kelas III
Jumlah Halaman : xiii; 85 halaman; 21 tabel; 3 gambar; 9 lampiran
Kata Kunci : Daya Tarik *Celebrity Endorser*, Minat Beli
Daftar Pustaka : 37 judul buku 1968-2008

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Daya Tarik *Celebrity Endorser* (Lyla Band) Iklan IM3 Versi "OMG Semau mu" dan Minat Beli Pada SMK Assa'adatul Abadiyah Jakarta Kelas III. Skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan survey sebagai metode alat pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada sampel dari populasi yang disesuaikan dengan masalah pokok penelitian.

Hasil penelitian keseluruhan yang didapat dari daya tarik celebrity endorser (Lyla Band) dan minat beli pada siswa-siswi SMK Assa'adatul Abadiyah Jakarta kelas III, yaitu dimana daya tarik celebrity endorser menunjukkan dengan sebesar 77,77% atau "tinggi" dan minat beli provider IM3 pada SMK Assa'adatul Abadiyah Jakarta yaitu sebesar 84,44% atau "tinggi".

Dengan demikian pemilihan *celebrity endorser* (Lyla Band) pada iklan IM3 versi "OMG Semau mu" memiliki daya tarik dan minat beli yang tinggi pada siswa-siswi kelas III SMK Assa'adatul Abadiyah Jakarta.