

## ABSTRAK

Nama / Nim	: Prianka Desvira Putri / 2009 - 51 – 020
Judul	: Tingkat Ketertarikan iklan TVC Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy dan Keyakinan bagi Siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon
Judul Halaman	: vi - 89
Kata Kunci	: Tingkat Ketertarikan, Keyakinan, Iklan Televisi Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy, Siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon
Daftar Pustaka	: 24 judul buku 1993 - 2011

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif metode yang di pakai oleh peneliti adalah metode survei dan sebagai alat pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebarakan kepada sampel dari populasi yang disesuaikan dengan masalah pokok penelitian. survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan iklan Televisi Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy dan Keyakinan bagi siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat ketertarikan iklan Televisi Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy sebesar 85,94%, keyakinan bagi siswi SMA Negeri Krakatau Steel sebesar 73,43 %. Hal ini menunjukkan bahwa Tingkat ketertarikan Siswi SMA Negeri 2 Krakatau sangat tinggi dan keyakinan untuk membeli produk juga tinggi atau melebihi sebagian dari jumlah responden.

Kesimpulannya, dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, tingkat ketertarikan iklan Televisi Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy dapat mempengaruhi keyakinan bagi siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon terhadap produk tersebut.