

ABSTRAKSI

Shabrina Dyah Pradipta, Nim 152100019, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Sikap Pemirsa Terhadap Penggunaan Model Iklan Vaseline For Men (Studi pada Mahasiswa Teknik Geologi Fakultas Teknologi Mineral UPN “Veteran” Yogyakarta). Dosen pembimbing I : Sauptika Kancana M.Si, dosen pembimbing II : Dr. Susanta M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap pemirsa terhadap penggunaan Ariel sebagai model iklan Vaseline for men dengan menggunakan lima variabel *celebrity endorser* yaitu kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), daya tarik fisik (*physical attractiveness*), kualitas untuk dihargai (*respect*), dan kesamaan (*similarity*). Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode survey yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 82 orang dengan teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*.

Data diuji dengan menggunakan teknik analisis fishbein. Berdasarkan hasil penelitian ini terbukti sikap pemirsa terhadap penggunaan Ariel sebagai model iklan Vaseline for men pada variabel *trustworthiness* positif, variabel *expertise* positif, variabel *physical attractiveness* positif, variabel *respect* negative, dan variabel *similarity* negativ. Sikap 82 mahasiswa geologi secara keseluruhan dengan Ariel sebagai model iklan dari Vaseline for men adalah positif

Kata Kunci : model iklan (*celebrity endorser*), kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), daya tarik fisik (*physical attractiveness*), kualitas dihargai (*respect*), dan kesamaan (*similarity*)