

ABSTRAK

Muhammad Syaifuddin, 1620310031, Daya Tarik Iklan Pada *Celeb Endorser Dilla Jaidi*.

Secara umum *endorse* merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan tujuan memperluas pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya tarik iklan pada *celeb endorser* terhadap *viewers* atau *followers*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, dengan pedekatan kualitatif, sumber data yang digunakan sumber data primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang di peroleh dari informasi terkait dengan permasalahan penelitian, penelitian ini menggunakan objek penelitian pada pengguna *social media instagram* aktif yang mengikuti beberapa akun instagram *influencer*.

Hasil dari penelitian ini adalah *Pertama*, pemilihan *celeb endorser* yang tepat dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Dengan adanya *celeb endorser* maka dapat memunculkan minat beli konsumen yang akan berpengaruh juga terhadap omzet penjualan dan citra perusahaan. *Kedua*, dalam prinsip syariah *endorsement* diperbolehkan asal sesuai dengan syariat islam dan menjauhi larangan yang telah ditetapkan. Sebab *endorsement* termasuk pada mu'amalah.

Kata Kunci : Endorsement, celeb endorser, influencer