

**PENGARUH IKLAN POP-UP DAN PERCEIVED
INTRUSIVENESS TERHADAP BRAND
AWARENESS DAN PENGHINDARAN IKLAN
DENGAN ADVERTISEMENT VALUE SEBAGAI
FAKTOR MODERASI
(STUDI PADA PENGGUNA YOUTUBE)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**SANGGYA GANA BISATYA
NIM. 12010120410084**

FEB UNDIP

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**