

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Manfaat teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat praktis.....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Telaah Pustaka .....	8
2.1.1. Penghindaran Iklan .....	8
2.1.2. Brand Awareness .....	9
2.1.3. Perceived Intrusiveness .....	10
2.1.4. Iklan Pop-up .....	11
2.1.5. Nilai Iklan .....	13
2.2. Pengaruh Antar Variabel .....	14
2.2.1. Efek Iklan Pop-up pada Perceived Intrusiveness.....	14
2.2.2. Efek Perceived Intrusiveness pada Brand Awareness.....	15
2.2.3. Efek Perceived Intrusiveness pada Penghindaran Iklan.....	15
2.2.4. Peran Nilai Iklan dalam Pengaruh Perceived Intrusiveness	

<b>terhadap Penghindaran Iklan.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>17</b>
<b>2.4. Model Penelitian.....</b>	<b>20</b>
<b>2.5. Variabel dan Indikator .....</b>	<b>20</b>
<b>2.5.1. Iklan Pop-up .....</b>	<b>20</b>
<b>2.5.2. Perceived Intrusiveness .....</b>	<b>21</b>
<b>2.5.3. Penghindaran Iklan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5.4. Brand Awareness .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5.5. Nilai Iklan .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1.1. Penghindaran Iklan .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>28</b>
<b>3.2.1. Populasi.....</b>	<b>28</b>
<b>3.2.2. Sampel.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3.1. Data Primer .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3.2. Data Sekunder .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5. Metode Analisis Data .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1. Deskripsi Demografi Responden .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1.1. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1.2. Demografi Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1.3. Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....</b>	<b>36</b>
<b>4.1.4. Demografi Responden Berdasarkan Intensitas Menonton</b>	
<b>Youtube .....</b>	<b>36</b>
<b>4.2. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>38</b>
<b>4.2.1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer model</i>) .....</b>	<b>39</b>

4.2.2. Pengujian Model Struktural (Inner model) .....	44
4.2.3. Pengujian Model Hipotesis.....	46
4.3. Pembahasan .....	50
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Implikasi Teoritis .....	56
5.3. Implikasi Manajerial .....	56
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	57
5.5. Saran dan Rekomendasi.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>61</b>



**FEB UNDIP**