

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	10
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	11
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	12
Landasan Teori	12
<i>Perceived personalization</i>	12
<i>The Effects of Perceived Personalization</i>	14
<i>The Effects of Ad Avoidance</i>	15
<i>The Effects of Ad Skepticism</i>	15
<i>The Effects of Ad Credibility</i>	17
<i>The Effects of Ad Attitude</i>	18
Literature Review (Penelitian Terdahulu)	18
Kerangka Pemikiran	21
BAB III	
METODE PENELITIAN	22
Jenis Penelitian	22
Jenis dan Sumber Data	23
Metode Pengumpulan Data	23

Observasi	23
Wawancara	23
Dokumentasi	24
Prosedur Penelitian	24
Metode Analisis	26
Subjek Penelitian	27
Uji Validitas dan Reliabilitas	28
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
Analisis dan Sumber Data	30
Hasil Penelitian	33
Pembahasan	44
BAB V	
KESIMPULAN	53
Kesimpulan Penelitian	53
<i>Ad Attitude</i>	53
<i>Ad Avoidance</i>	54
<i>Ad Credibility</i>	55
<i>Ad Skepticism</i>	55
Keterbatasan Penelitian	57
Saran Penelitian	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	67