

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Iklan	11
2.1.2 <i>Perceived Personalization</i>	12
2.1.3 <i>Personalized Ads</i>	13
2.1.4 <i>Non-Personalized Ads</i>	14
2.1.5 <i>Ads Avoidance</i>	15
2.1.6 Kesadaran Merek	16
2.2 Pengaruh Antar Variabel	18
2.2.1 Pengaruh <i>Personalized Ads</i> Terhadap <i>Ads Avoidance</i> ..	18
2.2.2 Pengaruh <i>Ads Avoidance</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> .	19
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Model Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian	21
3.1.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel	22
3.2 Fokus Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25

3.3.2	Sampel	25
3.4	Jenis dan Sumber data	26
3.5	Metode Pengumpulan Data	26
3.6	Instrumen Penelitian	27
3.7	Metode Analisis	29
3.7.1	Prosedur Pengolahan Data	29
3.7.2	Metode Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	33
4.2	Gambaran Umum Responden	34
4.2.1	Responden Menurut Usia	35
4.2.2	Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.3	Data Deskriptif	36
4.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	38
4.4.1	Uji Reliabilitas	38
4.4.2	Uji Validitas	44
4.5	Hasil Analisis Data	48
4.5.1	Variabel Kontrol	48
4.5.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.6	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Keterbatasan Penelitian	62
5.3	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN A		69
LAMPIRAN B		80