

**PENGARUH *PERCEIVED PERSONALIZATION*, *PERCEIVED INTRUSIVENESS*, DAN *PERCEIVED GOAL IMPEDIMENT*
TERHADAP PENGHINDARAN IKLAN PADA
PENGGUNA YOUTUBE NON-PREMIUM
(STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN)**

**SITI PATIMAH
NIM. 2210312120009**



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**PENGARUH *PERCEIVED PERSONALIZATION*, *PERCEIVED INTRUSIVENESS*, DAN *PERCEIVED GOAL IMPEDIMENT*
TERHADAP PENGHINDARAN IKLAN PADA
PENGGUNA YOUTUBE NON-PREMIUM
(STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN)**

**SITI PATIMAH
NIM. 2210312120009**

**SKRIPSI
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Judul : Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

Nama : Siti Patimah

NIM : 2210312120009

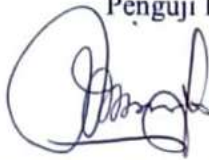
disetujui,

Pembimbing,



Sudirwo, SE, MM
NIP. 19770802 202321 1 006

Penguji I



Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA
NIP. 19700209 199303 1 003

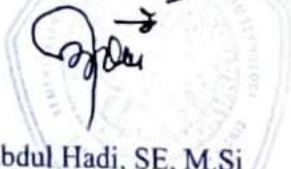
Penguji II



M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP. 19821023 200501 1 001

diketahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Tanggal lulus: 1 Juli 2026

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Nama : Siti Patimah
NIM : 2210312120009
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 1 Juli 2026
Waktu Ujian : 08:00 – 10:00
Tempat Ujian : Ruang Sidang I PG

Tim Penguji

Pembimbing : Sudirwo, SE, MM

Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA

Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Siti Patimah
NIM : 2210312120009
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 1 Juli 2026
Waktu Ujian : 08:00 – 10:00
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 PG

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 6 Juli 2026
Mahasiswa,



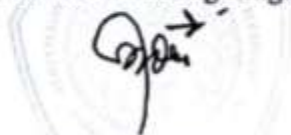
Siti Patimah
NIM. 2210312120009

Dosen Pembimbing,



Sudirwo, SE, MM
NIP. 19770802 202321 1 006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mngkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 6 Juli 2026

No. : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
di tempat

Schubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Siti Patimah
NIM : 2210312120009
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)
Tanggal Ujian : Rabu, 1 Juli 2026

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal disetujui	Tanda Tangan
Sudirwo, SE, MM NIP. 19770802 202321 1 006	Pembimbing	6 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang Membuat,
Mahasiswa



Siti Patimah
NIM. 2210312120009



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - A C A R A

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Rabu** tanggal **1 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.74/UNS.1.12/SP/2026** tanggal **30 Juni 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas :

1. Nama calon : **SITI PATIMAH**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312120009**
3. Tempat Ujian : **Ruang Sidang 1 PG**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **08.00 Wita**
s/ d Jam **10.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **85 (A)**

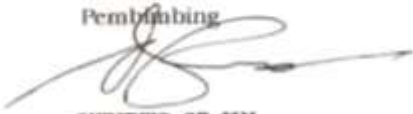
Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **1 Juli 2026**

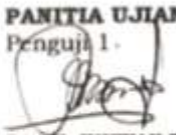
Tanda tangan calon,


SITI PATIMAH

Pembimbing


SUDIRWO, SE, MM

PANITIA UJIAN
Penguji 1.


Drs. H. IKHWAN FAISAL, M.Si, Ak, CA

Penguji 2


M. YUDY RACHMAN, SE, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend. H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123. Tlp & Fax (0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 38/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : **SITI PATIMAH**

NIM : **2210312120009**

Program Studi : **MANAJEMEN FEB ULM**

Judul Artikel : **PENGARUH PERCEIVED PERSONALIZATION, PERCEIVED INTRUSIVENESS, DAN PERCEIVED GOAL IMPEDIMENT TERHADAP PENGHINDARAN IKLAN PADA PENGGUNA YOUTUBE NON-PREMIUM (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN)**

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 11%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 9 Juli 2026

Koordinator Prodi


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Patimah
NIM : 2210312120009
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : **“Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 19 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Siti Patimah

NIM. 2210312120009

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta nikmat kesehatan, iman, dan Islam yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin). Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk moril maupun materiil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Hj. Dahniar, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

5. Bapak Sudirwo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, pengetahuan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Yayasan Adaro Bangun Negeri (YABN) melalui Program Beasiswa Indonesia Bright Future Leaders (IBFL) yang telah memberikan dukungan, kesempatan, dan kepercayaan kepada penulis selama menempuh pendidikan tinggi.
10. Keluarga penulis, terutama ayah, ibu, kakak, dan adik yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti kepada penulis.
11. Sahabat penulis, yaitu Velgis Zenitadion, Navia Nazmah, Wulan Anggraini, dan Sandrino Surya Pratama yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta menemani penulis dalam berbagai suka dan duka selama masa perkuliahan.
12. Seluruh teman-teman Manajemen Kelas B Angkatan 2022, rekan-rekan organisasi, rekan-rekan magang, serta teman-teman Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) Batch 4 di Universitas Jember yang telah menjadi

bagian dari perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, serta berbagai kenangan berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

14. Terakhir, diri saya sendiri, Siti Patimah atas segala kerja keras dan semangat pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah selalu berusaha memberikan yang terbaik dan percaya dengan kemampuan diri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Keterbatasan tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan yang dimiliki penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

Banjarmasin, 19 Juni 2026
Penulis



Siti Patimah
NIM. 2210312120009

ABSTRAK

Siti Patimah. 2026. Pengaruh *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, dan *Perceived Goal Impediment* terhadap Penghindaran Iklan pada Pengguna YouTube Non-Premium (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin). Pembimbing : Sudirwo, SE, MM; Penguji I: Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA; Penguji II: M. Yudy Rachman, SE,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis (1) Pengaruh *perceived personalization* terhadap penghindaran iklan pada pengguna YouTube non-premium; (2) Pengaruh *perceived intrusiveness* terhadap penghindaran iklan pada pengguna YouTube non-premium; (3) Pengaruh *perceived goal impediment* terhadap penghindaran iklan pada pengguna YouTube non-premium.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, *Perceived Goal Impediment*, dan Penghindaran Iklan. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna YouTube Non-Premium di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* melalui metode *Purposive Sampling*. Sebanyak 125 responden terlibat, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda menggunakan program IBM SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Personalization* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penghindaran Iklan pada pengguna YouTube non-premium di Kota Banjarmasin; (2) *Perceived Intrusiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Iklan pada pengguna YouTube non-premium di Kota Banjarmasin; (3) *Perceived Goal Impediment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Iklan pada pengguna YouTube non-premium di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Penghindaran Iklan, *Perceived Personalization*, *Perceived Intrusiveness*, *Perceived Goal Impediment*, Pemasaran.

ABSTRACT

Siti Patimah. 2026. The Influence of Perceived Personalization, Perceived Intrusiveness, and Perceived Goal Impediment on Ad Avoidance among Non-Premium YouTube Users (A Study of Generation Z in Banjarmasin City). Advisor: Sudirwo, SE,MM; Examiner I: Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA; Examiner II: M. Yudy Rachman, SE,MM.

This study aims to examine and analyze: (1) the influence of perceived personalization on ad avoidance among non-premium YouTube users; (2) the influence of perceived intrusiveness on ad avoidance among non-premium YouTube users; and (3) the influence of perceived goal impediment on ad avoidance among non-premium YouTube users.

This study employed a quantitative approach with the variables of Perceived Personalization, Perceived Intrusiveness, Perceived Goal Impediment, and Ad Avoidance. The population of this study consisted of Generation Z non-premium YouTube users in Banjarmasin City. The study used a non-probability sampling technique through the purposive sampling method. A total of 125 respondents participated in this study. Data were collected through questionnaire distribution and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS 26.

The results indicate that: (1) Perceived Personalization has a negative and significant influence on Ad Avoidance among non-premium YouTube users in Banjarmasin City; (2) Perceived Intrusiveness has a positive and significant influence on Ad Avoidance among non-premium YouTube users in Banjarmasin City; and (3) Perceived Goal Impediment has a positive and significant influence on Ad Avoidance among non-premium YouTube users in Banjarmasin City.

Keywords: *Ad Avoidance, Perceived Personalization, Perceived Intrusiveness, Perceived Goal Impediment, Marketing.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR LEGALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Penghindaran Iklan	17
2.1.2 Perceived Personalization	21
2.1.3 Perceived Intrusiveness.....	25
2.1.4 Perceived Goal Impediment.....	30
2.1.5 Keterkaitan <i>Perceived Personalization</i> terhadap Penghindaran Iklan..	32
2.1.6 Keterkaitan <i>Perceived Intrusiveness</i> terhadap Penghindaran Iklan.....	34
2.1.7 Keterkaitan <i>Perceived Goal Impediment</i> terhadap Penghindaran Iklan...	35
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	36
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL (MODEL PENELITIAN) DAN HIPOTESIS	40
3.1 Kerangka Konseptual	40
3.2 Hipotesis.....	40
3.2.1 Pengaruh <i>Perceived Personalization</i> terhadap Penghindaran Iklan	41
3.2.2 Pengaruh <i>Perceived Intrusiveness</i> terhadap Penghindaran Iklan	42
3.2.3 Pengaruh <i>Perceived Goal Impediment</i> terhadap Penghindaran Iklan...	43
BAB IV METODE PENELITIAN	45
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	45
4.2 Jenis Penelitian	45
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	46
4.4 Unit Analisis	46
4.5 Populasi Dan Sampel.....	46
4.6 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	48
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	53

4.8 Teknik Analisis Data.....	56
4.8.1 Uji Instrumen	56
4.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.8.2.1 Uji Normalitas	57
4.8.2.2 Uji Multikolinearitas	58
4.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.8.2.4 Uji Linearitas.....	59
4.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.8.4 Uji Hipotesis	61
4.8.4.1 Uji Kelayakan Model Regresi (Uji F).....	61
4.8.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	61
4.8.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	63
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
5.2 Hasil Penelitian.....	64
5.2.1 Karakteristik Responden.....	64
5.2.1.1 Domisili.....	65
5.2.1.2 Jenis Kelamin	66
5.2.1.3 Usia	67
5.2.1.4 Status Pekerjaan	69
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	70
5.2.2.1 Variabel <i>Perceived Personalization</i>	71
5.2.2.2 Variabel <i>Perceived Intrusiveness</i>	72
5.2.2.3 Variabel <i>Perceived Goal Impediment</i>	74
5.2.2.3 Variabel Penghindaran Iklan	76
5.2.3 Uji Instrumen	77
5.2.3.1 Uji Validitas.....	77
5.2.3.2 Uji Reliabilitas	79
5.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	80
5.2.4.1 Uji Normalitas	80
5.2.4.2 Uji Multikolinearitas	81
5.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	82
5.2.4.4 Uji Linearitas.....	83
5.2.5 Uji Regresi Linear Berganda	84
5.2.6 Uji Hipotesis	86
5.2.6.1 Uji Kelayakan model Regresi (Uji F)	86
5.2.6.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	87
5.2.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
5.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian	91
5.2.7.1 Pengaruh <i>Perceived Personalization</i> terhadap Penghindaran Iklan	91
5.2.7.2 Pengaruh <i>Perceived Intrusiveness</i> terhadap Penghindaran Iklan...	92
5.2.7.3 Pengaruh <i>Perceived Goal Impediment</i> terhadap Penghindaran Iklan	93
5.2.8 Implikasi Hasil Penelitian.....	94
5.2.8.1 Implikasi Teoritis.....	94
5.2.8.2 Implikasi Praktis	97
5.2.9 Keterbatasan Penelitian.....	101

BAB VI PENUTUP	103
6.1 Kesimpulan.....	103
6.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Total Pengguna YouTube di Indonesia	1
Tabel 1.2 Data Observasi Awal Perceived Personalization.....	10
Tabel 1.3 Data Observasi Awal Perceived Intrusiveness	11
Tabel 1.4 Data Observasi Awal Perceived Goal Impediment	11
Tabel 1.5 Data Observasi Awal Penghindaran Iklan	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.2 Instrumen Skala Likert	54
Tabel 4.3 Kategori Skala Interval.....	55
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	69
Tabel 5.5 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Perceived Personalization	71
Tabel 5.6 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Perceived Intrusiveness	73
Tabel 5.7 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Perceived Goal Impediment...	74
Tabel 5.8 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Penghindaran Iklan.....	76
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas.....	80
Tabel 5. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 5.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 5.14 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 5.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
Tabel 5.16 Hasil Uji F	87
Tabel 5.17 Hasil Uji t	88
Tabel 5.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
Tabel 5. 19 Tabulasi Interpretasi Nilai R.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Contoh Iklan Skippable di YouTube	3
Gambar 1.2 Contoh Iklan Non-skippable di YouTube.....	4
Gambar 1.3 Alasan Pengguna Internet di Indonesia Menggunakan Ad Blocker	6
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Critical Review Jurnal	111
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 3 Data Observasi Awal.....	124
Lampiran 4 Tabulasi Data	129
Lampiran 5 Output Karakteristik Responden	135
Lampiran 6 Output Hasil Tanggapan Responden	136
Lampiran 7 Output Uji Instrumen.....	143
Lampiran 8 Output Uji Asumsi Klasik	149
Lampiran 9 Output Uji Regresi Linear Berganda	151
Lampiran 10 Output Uji Hipotesis	152
Lampiran 11 R Tabel, F Tabel dan T Tabel	153