

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
INTISARI .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Lingkup Penelitian .....	8

1.6.	Kontribusi Penelitian.....	8
1.7.	Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>		<b>11</b>
2.1.	Pengiklanan Seluler ( <i>Mobile Advertising</i> ) .....	11
2.2.	Kebertarikan Pengiklanan Seluler .....	12
2.3.	Sikap terhadap Pengiklanan Seluler .....	13
2.4.	Kegunaan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	14
2.5.	Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	14
2.6.	Hiburan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan .....	15
2.7.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
2.8.	Pengaruh Sikap terhadap Pengiklanan Seluler pada Kebertarikan Pengiklanan Seluler .....	19
2.9.	Pengaruh Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan pada Sikap terhadap Pengiklanan Seluler.....	20
2.10.	Pengaruh Hiburan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan pada Sikap terhadap Pengiklanan Seluler.....	21
2.11.	Pengaruh Hiburan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan pada Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	22
2.12.	Pengaruh Kegunaan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan pada Sikap terhadap Pengiklanan Seluler.....	23

2.13.	Pengaruh Kegunaan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan pada Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	24
2.14.	Model Penelitian.....	25
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	26
3.2.	Desain Pengambilan Sampel.....	26
3.2.1.	Populasi dan Sampel.....	26
3.2.2.	Metoda Pengambilan Sampel .....	27
3.2.3.	Ukuran Sampel.....	27
3.3.	Metoda Pengambilan Data .....	28
3.3.1.	Sumber Data.....	28
3.3.2.	Intrumen Penelitian dan Metoda Pengambilan Data.....	28
3.4.	Definisi Operasional.....	29
3.4.1.	Kegunaan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	29
3.4.2.	Hiburan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	30
3.4.3.	Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan.....	31
3.4.4.	Sikap terhadap Pengiklanan Seluler.....	32
3.4.5.	Kebertarikan Pengiklanan Seluler.....	33
3.5.	Pengujian Instrumen.....	33
3.5.1.	Uji Validitas .....	33

3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	35
3.5.3.	Pra-Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.6.	Uji Hipotesis.....	36
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Hasil Pengumpulan Data .....	38
4.2.	Profil Responden .....	38
4.3.	Karakteristik Responden .....	38
4.4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.5.	Statistik Deskriptif.....	45
4.6.	Uji Korelasi .....	46
4.7.	Hasil Uji Hipotesis .....	48
4.8.	Pembahasan .....	50
4.8.1.	Sikap terhadap pengiklanan selular berpengaruh positif pada keberterimaan pengiklanan selular.....	50
4.8.2.	Iritasi pengiklanan selular yang dipersepsikan berpengaruh negatif pada sikap terhadap pengiklanan selular.....	51
4.8.3.	Hiburan pengiklanan selular yang dipersepsikan berpengaruh positif pada sikap terhadap pengiklanan selular.....	51
4.8.4.	Hiburan pengiklanan selular yang dipersepsikan berpengaruh negatif pada iritasi pengiklanan selular yang dipersepsikan .....	52

4.8.5. Kegunaan pengiklanan selular yang dipersepsikan berpengaruh positif pada sikap terhadap pengiklanan selular .....	52
4.8.6. Kegunaan pengiklanan selular yang dipersepsikan berpengaruh negatif pada iritasi pengiklanan selular yang dipersepsikan .....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1. Simpulan.....	55
5.2. Implikasi Manajerial .....	56
5.3. Keterbatasan .....	57
5.4. Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Negara dengan Pengguna Ponsel Cerdas Terbanyak di Asia Pasifik .....	1
Tabel 1.2 Pengguna Ponsel Cerdas di Indonesia Berdasarkan Klasifikasi Usia ....	2
Tabel 1.3 Dana Pengiklanan Seluler di Indonesia .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Butir Pengukuran Kegunaan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan .....	30
Tabel 3.2 Butir Pengukuran Hiburan Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan .	31
Tabel 3.3 Butir Pengukuran Iritasi Pengiklanan Seluler yang Dipersepsikan ....	32
Tabel 3.4 Butir Pengukuran Sikap terhadap Pengiklanan Seluler .....	33
Tabel 3.5 Butir Pengukuran Keberterimaan Pengiklanan Seluler .....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji KMO dan Bartlett .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.5 Statistika Deskriptif .....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Korelasi .....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25
Gambar 4.1 Model Peneltitian Setelah Uji Hipotesis .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner .....	64
Lampiran 2 : Uji Validitas .....	69
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas .....	70
Lampiran 4 : Uji Korelasi .....	74
Lampiran 5 : Statistik Deskriptif .....	75
Lampiran 6 : Analisis Regresi .....	77