

ANALISIS PENGARUH *ADS INTRUSIVENESS* DAN *ADS IRRITATION* TERHADAP *ADS AVOIDANCE* MELALUI *ATTITUDE TOWARD ADS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI PLATFORM TIKTOK

MUHAMMAD ALFATIH

1705621043



Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF ADS INTRUSIVENESS AND
ADS IRRITATION ON ADS AVOIDANCE THROUGH
ATTITUDE TOWARD ADS AS A MEDIATION VARIABLE ON
THE TIKTOK PLATFORM***

MUHAMMAD ALFATIH

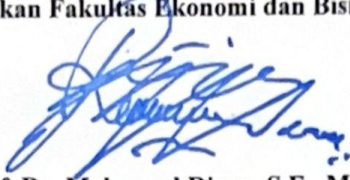
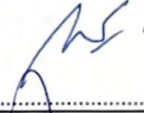
1705621043



*The Papers is Written as One of The Requirements to get a Bachelor's
Degree of Management at Faculty of Economic and Business of State
University of Jakarta*

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP 197201252002121002 (Ketua Penguji)		31 Juli 2025
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si NIP 197206171999031001 (Penguji 1)		31 Juli 2025
3	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M NIP 198509242014041002 (Penguji 2)		31 Juli 2025
4	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Pembimbing 1)		31 Juli 2025
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP 198404082019031003 (Pembimbing 2)		31 Juli 2025
Nama : Muhammad Alfatih No. Registrasi : 1705621043 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus :			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

**ANALISIS PENGARUH *ADS INTRUSIVENESS* DAN *ADS IRRITATION*
TERHADAP *ADS AVOIDANCE* MELALUI *ATTITUDE TOWARD ADS*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI PLATFORM TIKTOK**

Muhammad Alfatih

**Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D dan
Shandy Aditya, BIB, MPBS**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *ads intrusiveness* dan *ads irritation* terhadap *ads avoidance* dengan *attitude toward ads* sebagai variabel mediasi, khususnya dalam konteks iklan di platform TikTok. Fenomena meningkatnya eksposur iklan digital yang bersifat tiba-tiba dan mengganggu mendorong perlunya pemahaman terhadap faktor-faktor psikologis yang memengaruhi sikap dan perilaku pengguna. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode survei kepada 100 responden pengguna TikTok yang pernah terpapar iklan, dan data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ads irritation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *ads avoidance*, yang menegaskan peran kuat dari faktor emosional negatif dalam mendorong penghindaran iklan. Sementara itu, *ads intrusiveness* secara signifikan memengaruhi *attitude toward ads*, namun tidak secara langsung berdampak pada *ads avoidance*. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa *attitude toward ads* memediasi hubungan antara *ads intrusiveness* dan *ads avoidance*, menunjukkan bahwa persepsi negatif terhadap *intrusiveness* baru berdampak pada penghindaran iklan apabila membentuk sikap negatif terlebih dahulu. Dengan demikian, sikap terhadap iklan terbukti sebagai variabel penting dalam menjelaskan perilaku pengguna terhadap iklan digital. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pemasar digital untuk merancang iklan yang tidak hanya relevan dan tidak mengganggu, tetapi juga mampu membangun sikap positif pengguna guna meminimalkan *ads avoidance*.

Kata Kunci: Intrusivitas Iklan, Iritasi Iklan, Penghindaran Iklan, Sikap terhadap Iklan, TikTok

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of ad intrusiveness and ad irritation on ad avoidance, with attitude toward ads as a mediating variable, specifically in the context of advertising on the TikTok platform. The phenomenon of increasing exposure to sudden and disruptive digital advertising encourages the need to understand the psychological factors that influence user attitudes and behavior. A quantitative approach was used in this study with a survey method to 100 TikTok user respondents who had been exposed to ads, and the data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) techniques based on Partial Least Squares (PLS). The results showed that ad irritation has a significant influence on ad avoidance, confirming the strong role of negative emotional factors in driving ad avoidance. Meanwhile, ad intrusiveness significantly influenced attitude toward ads, but did not directly impact ad avoidance. These findings also show that attitude toward ads mediates the relationship between ad intrusiveness and ad avoidance, indicating that negative perceptions of intrusiveness only impact ad avoidance if a negative attitude is formed first. Thus, attitude toward ads is proven to be an important variable in explaining user behavior towards digital advertising. This research provides implications for digital marketers to design ads that are not only relevant and non-intrusive, but also able to build positive user attitudes to minimize ad avoidance.

Keywords: Ads Intrusiveness, Ads Irritation, Ads Avoidance, Attitude Toward Ads, TikTok

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH *ADS INTRUSIVENESS* DAN *ADS IRRITATION* TERHADAP *ADS AVOIDANCE* MELALUI *ATTITUDE TOWARD ADS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI PLATFORM TIKTOK". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D dan Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar telah memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A, Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, dan Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat berharga demi kesempurnaan penelitian ini.
3. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan moral dan material yang tiada henti.
4. Adik-adik tercinta, Naila dan Farah, yang selalu menjadi penyemangat dalam setiap langkah penulis.
5. Kakak sepupu, Mba Naomi dan Mba Nada, atas perhatian, dukungan, dan inspirasi yang diberikan.
6. Teman-teman seperjuangan: Danis, Bima, dan Haikal, yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Segenap teman-teman di lingkungan FEB UNJ yang turut memberikan semangat dan inspirasi.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital.

Jakarta, 28 Juli 2025

Muhammad Alfatih

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori Pendukung	17
2.2. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.2. Desain Penelitian	46
3.3. Populasi dan Sampel.....	46
3.4. Definisi Konseptual	47
3.5. Pengembangan Instrumen	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	52
3.7. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Deskripsi Data	58

4.2. Hasil Data	62
4.3. Pembahasan	78
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Implikasi	91
5.3. Keterbatasan Penelitian	93
5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94
Daftar Pustaka.....	98
Daftar Lampiran	108



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1 Timeline Penelitian	45
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Penelitian	50
Tabel 4. 1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4. 2 Frekuensi Usia Responden	59
Tabel 4. 3 Frekuensi Pendidikan Responden.....	60
Tabel 4. 4 Frekuensi Domisili Responden	61
Tabel 4. 5 Frekuensi Penggunaan Tikok Perhari.....	62
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Data	62
Tabel 4. 7 Multikolinearitas Data	64
Tabel 4. 8 Loading Factor.....	66
Tabel 4. 9 Average variance extracted (AVE)	67
Tabel 4. 10 Cross Loading.....	68
Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Predictive Relevance.....	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Effect Size	74
Tabel 4. 15 Hasil Path Coefficient Efek Langsung Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	76
Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficient Efek Tidak Langsung Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persebaran Pengguna TikTok di Berbagai Negara	1
Gambar 1. 2 Demografi usia pengguna TikTok.....	2
Gambar 1. 3 Media sosial dengan pengguna terbanyak di indonesia	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	40



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2: Hasil Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 3: Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	112
Lampiran 4: Riwayat Hidup Penulis	128



Intelligentia - Dignitas



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: <u>Muhammad Alfatih</u>
NIM	: <u>1705621043</u>
Program Studi	: <u>S1 Manajemen</u>
Fakultas	: <u>Fakultas Ekonomi dan Bisnis</u>

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nasikan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan kekeliruan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,


(Muhammad Alfatih)
NIM. 1705621043



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Alfatih
NIM : 1705621043
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / SI Manajemen
Alamat email : muhammadalfatih2712@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Pengaruh *Ads Intrusiveness* Dan *Ads Irritation* Terhadap *Ads Avoidance* Melalui *Attitude Toward Ads*
Sebagai Variabel Mediasi Di Platform Tiktok

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Penulis

(Muhammad Alfatih)