

PENGARUH *AD RELEVANCE* DAN *AD SALIENCE DIGITAL ADVERTISING* TERHADAP *ANGER, PERCEIVED GOAL IMPEDIMENT, DAN AD AVOIDANCE*

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



Oleh:

**MUHAMMAD PAHLEVI ANUGRAH RAMADANIE
NIM. 041611233149**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

**PENGARUH *AD RELEVANCE* DAN *AD SALIENCE DIGITAL ADVERTISING*
TERHADAP *ANGER, PERCEIVED GOAL IMPEDIMENT, DAN AD*
*AVOIDANCE***

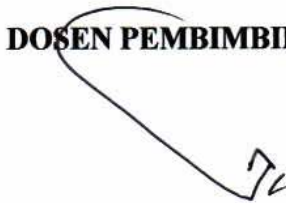
DIAJUKAN OLEH :

MUHAMMAD PAHLEVI ANUGRAH RAMADANIE

NIM : 041611233149

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



SONY KUSUMASONDJAJA, SE., M.Com., Ph.D.

TANGGAL 3 JANUARI 2020

NIP. 197605012000031001

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. MASMIRA KURNIAWATI, SE., M.Si.

TANGGAL 3 JANUARI 2020

NIP. 197503232006042001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Muhammad Pahlevi Anugrah Ramadhanie, (041611233149), menyatakan bahwa

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasknamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atas pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 21 November 2019



Muhammad Pahlevi A. R.

NIM: 041611233149

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah Nya sampai saat ini kepada penulis serta kemudahan dan kelancaran bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Ad Relevance* dan *Ad Salience Digital Advertising* terhadap *Anger*, *Perceived Goal Impediment*, dan *Ad Avoidance*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Strata 1 pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga. Selama proses penulisan skripsi ini, penulis dibantu serta mendapat banyak masukan dan nasehat dari beberapa pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang berperan besar selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Dian Agustia, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
2. Dr. Praptini Yulianti, Dra. Ec., M.Si. selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
3. Dr. Masmira Kurniawati, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
4. Sony Kusumasondjaja, S.E., M.Com., Ph. D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya serta memberikan banyak bimbingan, masukan dan nasehat untuk perbaikan dalam penulisan skripsi ini.
5. Dr. Windijarto, S.E., MBA. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pelajaran berharga bagi penulis.
7. Kedua orang tua penulis serta kakak-kakak penulis yang telah memberikan banyak doa, restu, serta dukungan bagi penulis. Terima kasih banyak atas bantuan dan dukungan moral yang tak henti-hentinya.
8. Kepada Chairunisa Ghasany yang selalu ada mendampingi menjadi teman berbagi, teman berantem namun tetap memberikan dukungan kepada penulis dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
9. Teman-teman terbaik penulis selama perkuliahan, Jessica, Fahmi, Vano, Yoga, Alya, Adila. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik dan selalu memberikan bantuan dan dukungan bagi penulis sejak maba hingga saat ini.
10. Teman-teman cangkrukan kopi, Fahmi (Komandan), Vano (Tuks), Iqbal, Yusril (Pakde), Reno (Subek), Hasabi, Hafidz (Asdos), Loebby, Edy (Klowor), Ilham (X), Batista, Ryan (Baper), Kemas, Derry, Satrio, Tomi. Terima kasih selalu menjadi teman nongkrong, berkeluh kesah, berproses, dan bercanda bersama selama perkuliahan.
11. Teman-teman terdekat di konsentrasi manajemen pemasaran, Fahmi, Yoga, Satrio, Mirna, Erin, Nafilah. Terima kasih sudah berjuang bersama-sama di kelompok MPM dan KPT hingga menjadi juara favorit Auto 2000 Video Challenge.
12. Teman-teman “Revisi Tiada Akhir”, Fahmi, Satrio, Ilham, Dian, Shavita, Elisa, Sarita, Adel, Francea. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi.

13. Serta terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Terima kasih atas segala bantuan, doa, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan masukan yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 21 November 2019

Muhammad Pahlevi A. R.