

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tokopedia, Tbk Logo.....	1
Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Grafik Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia.....	5
Gambar 1.5 Tabel Pendapatan penjualan e-commerce ritel Indonesia.....	6
Gambar 1.6 Data Produk Konsumen e-commerce Indonesia.....	7
Gambar 1.7 <i>Online Native Advertising</i> Tokopedia.....	11
Gambar 1.8 Jumlah Perangkat dengan <i>Adblock Software</i> tiap negara.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian menurut Bang Lee et al. (2017).....	43
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	44
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	62
Gambar 3.2 Garis kontinum berdasarkan kategori pengelompokkan persentase.....	70
Gambar 3.3 <i>Path Model</i> .....	72
Gambar 3.4 Area penolakan H0 diuji satu sisi.....	72
Gambar 4.1 Gambaran Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Gambar 4.2 Gambaran Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	76
Gambar 4.3 Gambaran Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	76
Gambar 4.4 Gambaran Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	77
Gambar 4.5 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Entertainment</i> .....	79
Gambar 4.6 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Information</i> .....	80
Gambar 4.7 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Irritation</i> .....	81
Gambar 4.8 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Personalization</i> .....	82

Gambar 4.9 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Activity</i> .....	83
Gambar 4.10 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Timing</i> .....	84
Gambar 4.11 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Location</i> .....	85
Gambar 4.12 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Online</i> <i>Native Advertisement Value</i> .....	86
Gambar 4.13 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Context</i> <i>Awareness Value</i> .....	87
Gambar 4.14 Garis Kontinum Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Online</i> <i>Native Advertising Attitude</i> .....	88
Gambar 4.15 Model Struktural Awal.....	90
Gambar 4.16 Model yang Didukung Data Penelitian.....	98