

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Format iklan YouTube.....	3
Tabel 1.2 Sikap ketika menonton iklan YouTube.....	7
Tabel 1.3 Frekuensi pengguna melewati iklan YouTube.....	7
Tabel 1.4 Alasan melewati iklan YouTube.....	8
Tabel 1.5 Alasan menonton iklan YouTube lebih lama.....	9
Tabel 1.6 Kredibilitas iklan di media sosial.....	9
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 3.5 Kategori Skala Likert.....	46
Tabel 3.6 Kategori Skala Diferensial Semantik.....	46
Tabel 3.7 Perbedaan CB-SEM dan VB-SEM.....	48
Tabel 3.8 Kriteria Output CB-SEM Measurement Model.....	51
Tabel 3.9 Goodness of fit index.....	52
Tabel 3.10 Kriteria Output CB-SEM Structural Model.....	53
Tabel 4.1 Tanggapan responden terhadap variabel Entertainment.....	57
Tabel 4.2 Tanggapan responden terhadap variabel Informativeness.....	58
Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap variabel Irritation.....	60
Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap variabel Credibility.....	61
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap variabel Attitudes.....	62
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel Intention.....	63
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap variabel Flow.....	63
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap variabel Behavior.....	65
Tabel 4.9 Uji Model Fit.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Model Fit yang telah valid.....	72
Tabel 4.11 Convergent validity.....	72
Tabel 4.12 Akar AVE.....	74
Tabel 4.13 Discriminant validity.....	74
Tabel 4.14 Pengaruh antar konstruk.....	75

Tabel 4.15 R square.....	76
Tabel 4.16 Probability.....	77