

SKRIPSI

**PENGARUH *COLLECTION*, *INVESTMENT*, DAN *UNCERTAINTY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *BLIND BOX* POP
MART MELALUI *POSITIVE EMOTION* DAN *SOCIAL VALUE* PADA
GENERASI Z DI BANJARMASIN**

**Rizka Amaliya
NIM. 2210312320082**



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**PENGARUH *COLLECTION*, *INVESTMENT*, DAN *UNCERTAINTY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *BLIND BOX* POP
MART MELALUI *POSITIVE EMOTION* DAN *SOCIAL VALUE* PADA
GENERASI Z DI BANJARMASIN**

**Rizka Amaliya
NIM. 2210312320082**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA MANAJEMEN

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

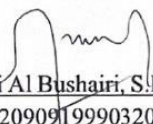
2026

LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Judul : Pengaruh *Collection*, *Investment*, dan *Uncertainty*
terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box Pop*
Mart melalui *Positive Emotion* dan *Social Value*
pada Generasi Z di Banjarmasin

Nama : Rizka Amaliya
NIM : 2210312320082

disetujui,
Pembimbing,


Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M
NIP. 197209091999032001

Penguji I,

Penguji II,


Rusniati, S.E., M.Si
NIP. 197211171997022004


M. Yudy Rachman, S.E., M.M
NIP. 198210232005011001

diketahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat


Abdul Hadi, S.E., M. Si
NIP. 19700707 200501 1 001

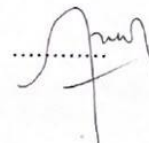
Tanggal lulus : 16 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

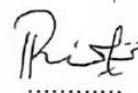
Nama : Rizka Amaliya
NIM : 2210312320082
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Collection*, *Investment*, dan *Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box* Pop Mart melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Kamis, 16 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00
Tempat Ujian : Ruang Ujian I

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M



Penguji I : Rusniati, S.E., M.Si



Penguji II : M. Yudy Rachman, S.E., M.M



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Rizka Amaliya
NIM : 2210312320082
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Collection, Investment, dan Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box Pop Mart* melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Kamis, 16 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00
Tempat Ujian : Ruang Ujian I

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 16 Juli 2026

Mahasiswa,

Pembimbing,

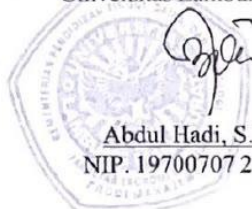


Rizka Amaliya
NIM. 2210312320082



Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M
NIP. 197209091999032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, S.E., M. Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 27 Juli 2026

No : -

Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi

Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

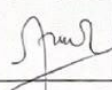
Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Rizka Amaliya

NIM : 2210312320082

Program Studi : SI Manajemen

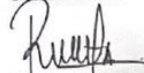
Judul Skripsi : Pengaruh *Collection*, *Investment*, dan *Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box Pop Mart* melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal disetujui	Tanda Tangan
Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M. NIP. 19761106 200604 1 002	Pembimbing	27 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang Membuat,
Mahasiswa



Rizka Amaliya
NIM. 2210312320082



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA-ACARA

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Kamis** tanggal **16 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.144/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **15 Juli 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **RIZKA AMALIYA**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312320082**
3. Tempat Ujian : **Ruang Ujian 1**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **09.00 Wita**
s/ d Jam **11.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **83 (A)**

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **16 Juli 2026**

Tanda tangan calon,

RIZKA AMALIYA

Pembimbing

Dr. SITI ALIYATI AL BUSHAIRI, SE, MM

PANITIA UJIAN

Penguji 1

RUSNIATI, SE, M.Si

Penguji 2

M. YUDY RACHMAN, SE, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend. H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123. Tlp & Fax (0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 41/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : RIZKA AMALIYA

NIM : 2210312320082

Program Studi : MANAJEMEN FEB ULM

Judul Artikel : PENGARUH COLLECTION, INVESTMENT, DAN UNCERTAINTY
TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK BLIND BOX POP MART
MELALUI POSITIVE EMOTION DAN SOCIAL VALUE PADA GENERASI Z
DI BANJARMASIN

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 17%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 14 Agustus 2026

Koordinator Prodi



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707-200501 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizka Amaliya
NIM : 2210312320082
Jurusan/ Program : Manajemen
Judul Skripsi : **Pengaruh *Collection, Investment, dan Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box Pop Mart* melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 27 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Rizka Amaliya

NIM. 2210312320082

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Collection*, *Investment*, dan *Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box* Pop Mart melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin”. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak bisa diselesaikan tanpa doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari sejumlah pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta jajaran.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberi bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Rusniati, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji I dan Bapak M. Yudy Rachman, S.E., M.M selaku Dosen Penguji II yang sudah memberi arahan dan masukannya kepada penulis.

6. Seluruh dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, yang sudah membagikan ilmu serta bimbingan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
7. Seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, tempat pulang, dan penyemangat terbesar bagi penulis. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta kehangatan yang selalu diberikan. Kehadiran keluarga telah menjadi penyemangat yang mampu membangkitkan kembali semangat dan suasana hati penulis di setiap proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat terus berjuang hingga akhirnya menyelesaikan penelitian ini.
8. Kepada teman-teman sesama pejuang S.M, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Terima kasih atas setiap momen yang telah dilalui bersama, termasuk banyaknya waktu yang dihabiskan bersama untuk mengerjakan tugas, berbagi cerita dan melepas penat di sela-sela kesibukan perkuliahan. Momen-momen tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perjalanan penulis selama menjalani masa perkuliahan. Seluruh kenangan tersebut telah mewarnai masa kuliah penulis dengan begitu banyak pengalaman yang menyenangkan dan akan selalu dikenang.
9. Kepada teman-teman dekat penulis, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang telah diberikan sejak dulu hingga

saat ini. Terima kasih telah menemani penulis dalam berbagai fase kehidupan, termasuk selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih pula atas *countless* tenis, padel, nongkrong, serta berbagi canda tawa yang menjadi pelepas penat di tengah kesibukan menyelesaikan skripsi. Kehadiran dan dukungan kalian telah menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus melangkah hingga mencapai tahap ini.

10. *Like roots growing beneath the surface, not every step of this journey could be seen. Yet every challenge strengthened the foundation beneath these pages. This research is simply proof that quiet work still leaves a lasting mark. So lastly, I wanna thank me for believing in me, for keeping on moving forward despite all the self-doubt. Yet, through it all, I still believed that quiet work would one day bloom into something worth holding.*

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan masukan yang membangun akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga untuk penyusunan karya tulis di masa mendatang agar lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Banjarmasin, 29 Juni 2026



Rizka Amaliya

ABSTRAKSI

Rizka Amaliya (2026). Pengaruh *Collection*, *Investment*, dan *Uncertainty* terhadap *Purchase Intention* Produk *Blind Box* Pop Mart melalui *Positive Emotion* dan *Social Value* pada Generasi Z di Banjarmasin. Pembimbing: **Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM.; Rusniati, S.E., M.Si.; M. Yudy Rachman, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *collection*, *investment*, dan *uncertainty* terhadap *purchase intention* produk *blind box* Pop Mart melalui *positive emotion* dan *social value* pada Generasi Z di Banjarmasin. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya popularitas produk *blind box* Pop Mart yang memunculkan perilaku pembelian tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional, nilai sosial, serta persepsi terhadap nilai koleksi, investasi, dan unsur ketidakpastian dalam produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Banjarmasin yang pernah membeli atau memiliki minat membeli produk *blind box* Pop Mart. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 190 orang yang memenuhi kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Penelitian ini didasarkan pada teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), dimana *collection*, *investment* dan *uncertainty* berperan sebagai stimulus, *positive emotion* dan *social value* sebagai *organism*, serta *purchase intention* sebagai *respons*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *collection* tidak berpengaruh signifikan terhadap *positive emotion*, sedangkan *investment* dan *uncertainty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positive emotion*. Selain itu, *uncertainty* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social value*. Selanjutnya, *positive emotion* dan *social value* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap nilai investasi, unsur ketidakpastian, emosi positif, dan nilai sosial merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan minat beli Generasi Z terhadap produk *blind box* Pop Mart di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Collection*, *Investment*, *Uncertainty*, *Positive Emotion*, *Social Value*, *Purchase Intention*, *Blind Box*, Pop Mart.

ABSTRACT

Rizka Amaliya (2026). *The Influence of Collection, Investment, and Uncertainty on Purchase Intention of Pop Mart Blind Box Products through Positive Emotion and Social Value among Generation Z in Banjarmasin.* Supervisors: **Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M.; Rusniati, S.E., M.Si.; M. Yudy Rachman, S.E., M.M.**

This study aims to analyze the influence of collection, investment, and uncertainty on the purchase intention of Pop Mart blind box products through positive emotion and social value among Generation Z in Banjarmasin. The study is motivated by the increasing popularity of Pop Mart blind box products, which has led consumers' purchasing behavior to be driven not only by functional needs but also by emotional factors, social value, and perceptions of collection value, investment value, and the uncertainty inherent in the products.

This research employed a quantitative approach using an explanatory research design. The population consisted of Generation Z individuals in Banjarmasin who had purchased or expressed an intention to purchase Pop Mart blind box products. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 190 respondents who met the research criteria. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software.

This Study on Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, where collection, investment and uncertainty act as stimulus, positive emotion and social value as organism and purchase intention as the response. The results indicate that collection does not have a significant effect on positive emotion, whereas investment and uncertainty have positive and significant effects on positive emotion. In addition, uncertainty has a positive and significant effect on social value. Furthermore, both positive emotion and social value have positive and significant effects on purchase intention. These findings suggest that perceptions of investment value, uncertainty, positive emotional responses, and social value play important roles in enhancing Generation Z's purchase intention toward Pop Mart blind box products in Banjarmasin.

Keywords: *Collection, Investment, Uncertainty, Positive Emotion, Social Value, Purchase Intention, Blind Box, Pop Mart.*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
BERITA ACARA	vi
SERTIFIKAT PLAGIASI	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	19
1.1. Latar Belakang	19
1.2. Rumusan Masalah	31
1.3. Tujuan Penelitian	32
1.4. Manfaat Penelitian	32
1.5. Sistematika Penelitian	34
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	36
2.1. Landasan Teori	36
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)	36
2.1.2 Purchase intention	38
2.1.3 Collection	40
2.1.4 Investment	42
2.1.5 Uncertainty	44
2.1.6 Positive emotion	46
2.1.7 Social value	48
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	50
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	53
3.1. Kerangka Konseptual (Model Penelitian)	53
3.2. Hipotesis Penelitian	55
BAB IV METODE PENELITIAN	60
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	60
4.2. Jenis Penelitian	60
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian	61
4.4. Unit Analisis	61
4.5. Populasi dan Sampel	61
4.5.1. Populasi	61
4.5.2. Sampel	62
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	63
4.7. Teknik Pengumpulan Data	64
4.8. Teknik Analisa Data	65

BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	69
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
5.2 Hasil dan Analisis.....	70
5.2.1 Karakteristik Responden	70
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	75
5.2.3 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	86
5.2.4 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	92
5.2.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
5.2.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	117
5.2.7 Keterbatasan Penelitian	122
BAB VI PENUTUP	124
6.1 Kesimpulan.....	124
6.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sistematika Penelitian	34
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya	50
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	63
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku per Bulan	74
Tabel 5. 5 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method)	76
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden pada <i>Collection</i>	77
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden pada <i>Investment</i>	78
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden pada <i>Uncertainty</i>	80
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden pada <i>Positive emotion</i>	82
Tabel 5. 10 Tanggapan Responden pada <i>Social value</i>	83
Tabel 5. 11 Tanggapan Responden pada <i>Purchase intention</i>	85
Tabel 5. 12 <i>Convergent Validity</i>	88
Tabel 5. 13 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	89
Tabel 5. 14 Nilai <i>Cross Loading</i>	90
Tabel 5. 15 Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	91
Tabel 5. 16 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Realibility</i>	92
Tabel 5. 17 Nilai <i>R-Square</i>	92
Tabel 5. 18 Nilai <i>F-Square</i>	95
Tabel 5. 19 Nilai <i>Q-Square</i>	96
Tabel 5. 20 <i>Path Coefficients</i>	98
Tabel 5. 21 <i>Indirect Effects</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pasar <i>Blind Box</i>	21
Gambar 1. 2 Data Harga Produk Pop Mart di E-Commerce.....	23
Gambar 1. 3 <i>Best Selling Product by Pop Mart Shopee Official Store</i>	27
Gambar 1. 4 <i>Official Akun Instagram Brand Produk Blind Box</i>	28
Gambar 3. 1. Kerangka Konseptual.....	56
Gambar 5. 1 Logo Pop Mart.....	69
Gambar 5. 2 Model Penelitian Tahap Estimasi Awal(<i>Outer Model</i>).....	87
Gambar 5. 3 Hasil Pengukuran <i>Bootstrapping</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	135
Lampiran 2: Karakteristik Responden	143
Lampiran 3: Data Primer Penelitian	148
Lampiran 4: Deskripsi Responden.....	154
Lampiran 5: Deskripsi Variabel.....	155
Lampiran 6: Hasil Uji <i>Outer Model</i>	157
Lampiran 7: Hasil Uji <i>Inner Model</i>	159