

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Mystery Box dalam Konteks Penelitian.....	12
2.2 Ketidakpastian yang Dipersepsikan	13
2.3 Keingintahuan	15
2.4 Keberuntungan yang Dipersepsikan	16

2.5 Niat Beli Ulang	17
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
2.7 Pengembangan Hipotesis	25
2.7.1 Pengaruh Ketidakpastian yang Dipersepsikan pada Niat Beli Ulang ..	25
2.7.2 Pengaruh Keingintahuan	26
2.7.3 Pengaruh Keberuntungan yang Dipersepsikan	27
2.8 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional.....	31
3.2.1 Ketidakpastian yang Dipersepsikan	31
3.2.2 Keingintahuan	32
3.2.3 Keberuntungan yang Dipersepsikan	32
3.2.4 Niat Beli Ulang Konsumen	33
3.3 Desain Sampel.....	34
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3.3 Ukuran Sampel.....	36
3.4 Lokasi Penelitian.....	36
3.5 Objek Penelitian	36

3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Pengujian instrumen.....	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Model Jalur	41
3.8.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.8.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
3.8.4 Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Profil Responden.....	44
4.2 Statistik Deskriptif	46
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	55
4.4.1 Evaluasi Koefisien Jalur.....	55
4.4.2 Evaluasi Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.4.3 Evaluasi Pengaruh Ukuran (f^2).....	58
4.4.4 Evaluasi <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	59

4.4.5 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	60
4.5 Pengujian Hipotesis.....	60
4.5.1 Pengujian Hipotesis Satu	61
4.5.2 Pengujian Hipotesis Dua	62
4.5.3 Pengujian Hipotesis Tiga	65
4.5.4 Pengujian Hipotesis Empat	65
4.6 Hasil Penelitian dan Perbandingan.....	66
BAB V SIMPULAN	68
5.1 Simpulan Penelitian	68
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1	Pengukuran Variabel Ketidakpastian.....	31
Tabel 3. 2	Pengukuran Variabel Keingintahuan	32
Tabel 3. 3	Pengukuran Variabel Keberuntungan yang Dipersepsikan	33
Tabel 3. 4	Pengukuran Variabel Niat Beli Ulang	34
Tabel 3. 5	Tingkat Keandalan berdasarkan Cronbach's Alpha (α).....	40
Tabel 4. 1	Profil Responden.....	44
Tabel 4. 2	Kategori Mystery Box yang Pernah Dibeli.....	45
Tabel 4. 3	Statistik Deskriptif	46
Tabel 4. 4	Interval Kelas Variabel	48
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Outer Loading.....	50
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas dengan AVE.....	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Fornell Larcker	52
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Cross Loading.....	53
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas dengan Cronbach's Alpha dan CR.....	54
Tabel 4. 10	Koefisien Jalur Langsung	55
Tabel 4. 11	Koefisien Jalur Langsung (Lanjutan).....	56
Tabel 4. 12	Koefisien Jalur Tidak Langsung	56
Tabel 4. 13	Nilai R-Square (R^2)	57
Tabel 4. 14	Nilai f-square (f^2)	58
Tabel 4. 15	Hasil Nilai Q^2 Predictive.....	59
Tabel 4. 16	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Berita Regulasi Blind Box di Cina.....	10
Gambar 1. 2	Berita Regulasi Blind Box di Cina.....	10
Gambar 2. 1	Contoh Produk Mystery Box	13
Gambar 2. 2	Model Penelitian	29
Gambar 4. 1	Evaluasi Outer Model.....	51
Gambar 4. 2	Hasil Penelitian	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Pre-test Sampel Kecil (60 sampel)	85