

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Lingkup Pembahasan dan Batasan Penelitian	12
1.6.1 Subjek Riset	12
1.6.2 Objek Riset.....	13
1.6.3 Lokasi Penelitian	13
BA II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 <i>Blind box</i> dalam Konteks Penelitian	14
2.2. <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R) Teoritik Model	15
2.3 Tinjauan Pustaka	17
2.3.1 Pembelian Impulsif.....	17
2.3.2 Ketidakpastian.....	19
2.3.3 Kejutan.....	21
2.3.4 Rasa Penasaran.....	22
2.3.5 Kesadaran Harga	23
2.3.5 Persepsi Risiko	24

2.4 Perumusan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Ketidakpastian pada Rasa Penasaran	26
2.4.2 Pengaruh Kejutan pada Rasa Penasaran	27
2.4.3 Pengaruh Rasa Penasaran pada Pembelian Impulsif	28
2.4.4 Efek Moderasi Kesadaran Harga pada Hubungan Rasa Penasaran dan Pembelian Impulsif	29
2.4.5 Efek Moderasi Persepsi Risiko pada Hubungan Rasa Penasaran dan Pembelian Impulsif	30
2.5 Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Desain Pengambilan Sampel	35
3.2.1 Responden	35
3.2.2 Lokasi Penelitian	35
3.2.3 Objek Penelitian	36
3.2.4 Metode Pengambilan Sampel	36
3.2.5 Ukuran Sampel	37
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.3.1 Ketidakpastian	37
3.3.2 Kejutan	38
3.3.3 Rasa Penasaran	39
3.3.4 Kesadaran Harga	40
3.3.5 Persepsi Risiko	41
3.3.6 Pembelian Impulsif	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Pengujian Instrumen	44
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	45
3.5.3 Analisis Data	45
3.5.4 Model Jalur atau Path Model	46
3.5.5 Model Pengukuran atau Outer Model	46
3.5.6 Model Struktural atau Inner Model	46
3.5.7 Prosedur Pengujian Hipotesis	47
3.5.8 Analisis Deskriptif	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Analisis Profil Responden	49
4.3 Evaluasi Outer Model atau Model Pengukuran	52

5.3.1 Uji Validitas	52
5.3.2 Uji Validitas Konvergen	52
5.3.3 Uji Reliabilitas	58
5.4 Statistik Deskriptif	59
5.5 Evaluasi Inner Model atau Model Struktural.....	67
5.5.1 Evaluasi Koefisien Jalur	67
5.5.2 Evaluasi Koefisien Determinasi	69
5.5.3 Evaluasi Pengaruh Ukuran f^2	70
5.5.4 Evaluasi Relevansi Prediktif Q^2	71
5.6 Pengujian Hipotesis.....	72
5.6.1 Pengujian Hipotesis Satu	74
5.6.2 Pengujian Hipotesis Dua.....	75
5.6.3 Pengujian Hipotesis Tiga	76
5.6.4 Pengujian Hipotesis Empat	77
5.6.5 Pengujian Hipotesis Lima	79
BAB V SIMPULAN	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Implikasi Manajerial	84
5.2.1 Implikasi bagi Penjual atau Pelaku Usaha	84
5.2.2 Implikasi bagi Konsumen	85
5.3 Keterbatasan Penelitian	87
5.4 Arah Penelitian Mendatang.....	88