

PENGARUH *BLIND BOX MARKETING* POP MART PADA IMPULSIVITAS

PEMBELIAN KONSUMEN GEN-Z DENGAN MODERASI KESADARAN HARGA

(PRICE CONSCIOUSNESS)

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1 Manajemen

Dosen Pembimbing:

Bayu Sutikno, S.E., Cand. Merc., Ph.D.



Disusun oleh:

Komang Yoga Dharma

21/481330/EK/23646

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2025



UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

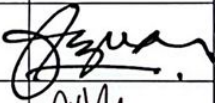
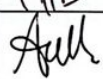
Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh *Blind Box Marketing Pop Mart* pada Impulsivitas
Pembelian Konsumen Gen-Z dengan Moderasi Kesadaran Harga
(*Price Consciousness*)**

Disusun oleh
Komang Yoga Dharma
21/481330/EK/23646

Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik
jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 18 Juli 2025

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.	
Penguji 1	Anggraeni Pranandari, S.E., M.Sc.	
Penguji 2	Azellia Alma Shafira, S.E., M.Sc.	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002