

**DARI CINTA KE PENYESALAN: PERAN *BRAND LOVE* TERHADAP
POSTPURCHASE COGNITIVE DISSONANCE PRODUK *BLIND BOX* DENGAN
IMPULSIVE BUYING SEBAGAI MEDIATOR**

SKRIPSI



AZZA AYDIN FIDELYA

22/504567/PS/23189

**PROGRAM STUDI SARJANA
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2025

**DARI CINTA KE PENYESALAN: PERAN *BRAND LOVE* TERHADAP
POSTPURCHASE COGNITIVE DISSONANCE PRODUK *BLINDBOX* DENGAN
IMPULSIVE BUYING SEBAGAI MEDIATOR**

SKRIPSI



AZZA AYDIN FIDELYA

22/504567/PS/23189

**PROGRAM STUDI SARJANA
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2025

Halaman Pernyataan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Azza Aydin Fidelya
NIM : 22/504567/PS/23189
Tahun terdaftar : 2022
Program Studi : Sarjana Psikologi
Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini dikemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 06 Februari 2026




Azza Aydin Fidelya
22/504567/PS/23189

Halaman Pengesahan

**DARI CINTA KE PENYESALAN : PERAN *BRAND LOVE* TERHADAP
POSTPURCHASE COGNITIVE DISSONANCE DENGAN
IMPULSIVE BUYING SEBAGAI MEDIATOR**

SKRIPSI



Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Gadjah Mada untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi

Azza Aydin Fidelya
22/504567/PS/23189

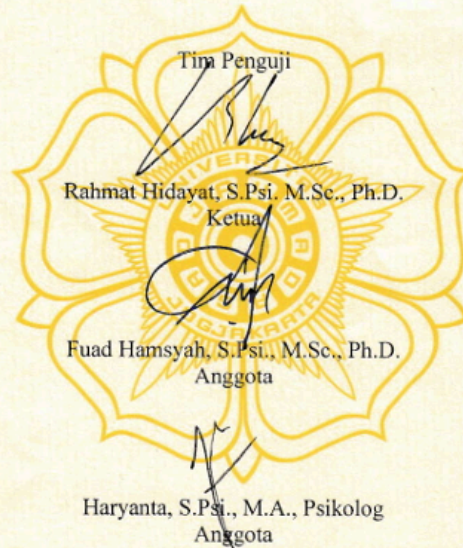
**PROGRAM STUDI SARJANA
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2026**

DARI CINTA KE PENYESALAN : PERAN *BRAND LOVE* TERHADAP
POSTPURCHASE COGNITIVE DISSONANCE DENGAN
IMPULSIVE BUYING SEBAGAI MEDIATOR

Oleh:
Azza Aydin Fidelya
22/504567/PS/23189


Skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Psikologi dan dipertahankan di depan sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Pada tanggal 06 Februari 2026



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Yogyakarta, 23 Februari 2026
Dekan,



Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 196802261995121001