



**PENGARUH BELANJA HEDONIS, FOMO, DAN RELIGIOSITAS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF *BLIND BOX* POP MART  
PADA GENERASI Z JAKARTA**

**SKRIPSI**

**ZAHRA FELICIA BATARI 2210116019**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2025**



**PENGARUH BELANJA HEDONIS, FOMO, DAN RELIGIOSITAS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF *BLIND BOX* POP MART  
PADA GENERASI Z JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**ZAHRA FELICIA BATARI 2210116019**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Zahra Felicia Batari

NIM : 2210116019

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Desember 2025

Yang menyatakan,

A yellow postage stamp with a red Garuda emblem and the text 'METRISI BEALX27636955' is partially obscured by a handwritten signature in black ink.

(Zahra Felicia Batari)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahra Felicia Batari  
NIM : 2210116019  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Belanja Hedonis, FOMO, dan Religiositas terhadap Pembelian Impulsif *Blind Box* Pop Mart pada Generasi Z Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Desember 2025

Yang menyatakan

  
(Zahra Felicia Batari)

**SKRIPSI**

**PENGARUH BELANJA HEDONIS, FOMO, DAN RELIGIOSITAS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF *BLIND BOX* POP MART  
PADA GENERASI Z JAKARTA**

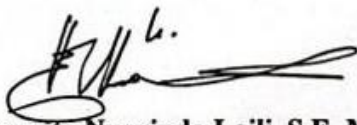
*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**ZAHRA FELICIA BATARI 2210116019**

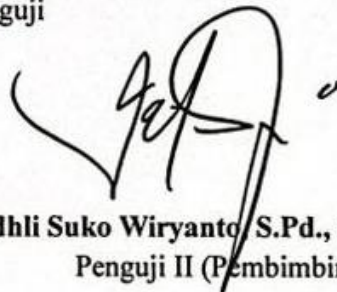
**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF**  
Ketua Penguji



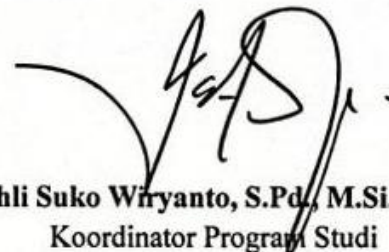
**Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.**  
Penguji I



**Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah S.E., M.M.**  
Dekan



**Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF**  
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 29 Desember 2025

***The Influence of Hedonic Shopping, FOMO, and Religiositas on Impulse Buying of Pop Mart Blind Boxes among Generation Z Jakarta***

**By Zahra Felicia Batari**

***ABSTRACT***

*Sales of blind boxes in Indonesia continue to rise despite the fact that their buying and selling practices contain elements of gharar, which is prohibited in Islam. However, consumers still show a strong interest in blind box products and tend to make impulsive purchases driven by curiosity and the desire to follow trends. This study aims to examine the influence of hedonic shopping, religiosity, and FOMO on impulsive buying of Pop Mart blind boxes among Generation Z in Jakarta. This research employs a quantitative method with a non-probability sampling technique through a purposive sampling approach in the sampling process. The study involved 150 respondents consisting of Generation Z living in Jakarta. The collected data were then processed using Smart Partial Least Square (PLS) with descriptive analysis. The results obtained in this study are that hedonic shopping and religiosity have a significant influence on impulsive buying of Pop Mart blind boxes. Both variables were proven to encourage Generation Z to make spontaneous purchases. However, unlike the other variables, FOMO does not have a significant influence on impulsive buying.*

***Keywords:*** *FOMO, generation Z, hedonic shopping, impulsive buying, religiositas.*

# **Pengaruh Belanja Hedonis, FOMO, dan Religiositas terhadap Pembelian Impulsif *Blind Box* Pop Mart pada Generasi Z Jakarta**

**Oleh Zahra Felicia Batari**

## **ABSTRAK**

Penjualan *blind box* di Indonesia terus meningkat meskipun praktik jual belinya mengandung unsur *gharar* yang diharamkan dalam Islam. Namun, konsumen tetap menunjukkan minat tinggi terhadap produk *blind box* dan cenderung melakukan pembelian secara impulsif karena rasa penasaran dan dorongan mengikuti tren. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh belanja hedonis, religiositas, dan FOMO terhadap pembelian impulsif *blind box* Pop Mart pada Generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden yang terdiri dari Generasi Z yang berdomisili di Jakarta. Data penelitian yang terkumpul selanjutnya diolah menggunakan *Smart Partial Least Square* (PLS) dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa belanja hedonis dan religiositas memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian impulsif *blind box* Pop Mart. Kedua variabel tersebut terbukti mendorong dan mengendalikan Generasi Z Jakarta untuk melakukan pembelian secara impulsif. Namun, berbeda dengan variabel FOMO tidak memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian impulsif.

**Kata Kunci:** belanja hedonis, FOMO, generasi Z, pembelian impulsif, religiositas.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR  
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Jumat, tanggal 12 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Zahra Felicia Batari  
NIM : 2210116019  
Program Studi : Ekonomi Syariah S1  
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Belanja Hedonis, FOMO, dan Religiositas terhadap Pembelian Impulsif Blind Box Pop Mart pada Generasi Z Jakarta**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang ulang*\*, dengan Nilai Rata-Rata ..... <sup>80,77</sup>  
dan Nilai Huruf ... <sup>A</sup>....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.	Anggota I	
3	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF	Anggota II **)	

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A  
80 - 84.99 = A-  
75 - 79.99 = B+  
70 - 74.99 = B  
65 - 69.99 = B-  
60 - 64.99 = C+  
55 - 59.99 = C  
40 - 54.99 = D  
0 - 39.99 = E

Jakarta, 12 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN  
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas karunia nya penulis diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Belanja Hedonis, FOMO, dan Religiositas terhadap Pembelian Impulsif *Blind Box* Pop Mart pada Generasi Z Jakarta”**. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Jubaedah S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa memberikan saran dan masukan terbaik kepada penulis. Semangat dan dukungan yang beliau berikan menjadi motivasi besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku ketua penguji, serta kepada Ibu Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E. selaku Penguji I.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Heru Irawan dan Ibu Nova Puspita selaku kedua orang tua tercinta, serta seluruh anggota keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan penuh dengan kasih sayang, sehingga menjadi sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat, yaitu Sdr. Bagus Rafi Gunoto, Noor Zakiyah Rahmah, Chairunnisa Rahimah Yusa, Kalya Iffah Aqilah, Kezhia Dyandra Noufaline, Izma Sabilla, Nurul Kusumaningrum, dan Salsa Nabila, yang selalu membantu serta memberikan motivasi. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2022 dan teman-teman seperjuangan yang turut memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terakhir, terima kasih penulis sampaikan kepada Zahra Felicia Batari, karena sudah berjuang semaksimal mungkin dan tetap kuat untuk menyelesaikan kewajiban yang telah dimulai. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 12 Desember 2025

Zahra Felicia Batari

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	8
2.1.2 Pembelian Impulsif.....	9
2.1.3 Belanja Hedonis.....	11
2.1.4 FOMO ( <i>Fear Of Missing Out</i> ).....	13
2.1.5 Religiositas .....	15
2.1.6 <i>Blind Box</i> .....	17
2.1.7 Generasi Z.....	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	19

2.3	Model Penelitian.....	28
2.4	Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>30</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1	Definisi Operasional.....	30
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1	Populasi .....	33
3.2.2	Sampel .....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data .....	34
3.3.3	Pengumpulan Data.....	34
3.4	Teknik Analisis Data.....	35
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.4.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	36
3.4.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	37
3.4.4	Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>40</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.1.1	Peilaku Pembelian Impulsif.....	40
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	41
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	41
4.3	Analisis Data Deskriptif .....	44
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis .....	52
4.4.1	Outer Model.....	52
4.4.2	Inner Model .....	56
4.4.3	Uji Hipotesis .....	57
4.5	Pembahasan .....	58

4.5.1	Pengaruh Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif .....	58
4.5.2	Pengaruh FOMO terhadap Pembelian Impulsif .....	61
4.5.3	Pengaruh Religiositas Terhadap Pembelian Impulsif .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>66</b>
5.1	Simpulan .....	66
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	66
5.3	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Jakarta Berdasarkan Generasi Tahun 2024 .....	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. Skala Likert.....	31
Tabel 4. Pengukuran Variabel .....	32
Tabel 5. Interpretasi dari Nilai Responden .....	36
Tabel 6. Nilai Cronbach's Alpha.....	37
Tabel 7. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 8. Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 9. Klasifikasi Berdasarkan Domisili .....	42
Tabel 10. Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan .....	42
Tabel 11. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 12. Klasifikasi Berdasarkan Pendapatan.....	43
Tabel 13. Hasil <i>Screening</i> Responden .....	44
Tabel 14. <i>Outer Loading</i> .....	52
Tabel 15. AVE .....	54
Tabel 16. Cronbach's Alpha.....	55
Tabel 17. R2 <i>SmartPLS</i> .....	56
Tabel 18. Uji T-Statistic .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pendapatan Sektor Mainan di Indonesia .....	1
Gambar 2. Model Penelitian .....	29
Gambar 3. Respon Terhadap Pembelian Impulsif .....	44
Gambar 4. Respon Terhadap Belanja Hedonis .....	47
Gambar 5. Respon Terhadap FOMO .....	49
Gambar 6. Respon Terhadap Religiositas.....	50
Gambar 7. Output Penyesuaian <i>SmartPLS</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi .....	80
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan .....	81
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden .....	105
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif.....	107
Lampiran 7. Output Outer Model <i>SmartPLS</i> 4.0 .....	108
Lampiran 8. Hasil Output Model <i>PLS</i> 4.0 .....	109