

DAFTAR PUSTAKA

- (2026). *Art toy market size, share & trends analysis report — segment forecasts to 2035*. Global Market Statistic.
- (2026). *Indonesia toys market size, share, trends and forecast by product type, age group, sales channel, and region, 2026 - 2034*. IMARC Group.
- (n.d.).
- Abdilah, H. A., & Pradana, B. I. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap purchase intention dengan brand awareness sebagai mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Ahyani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapuruma di Masjid Raya Bintaro Jaya tangerang Selatan. *Scientific Journal of Reflection*.
- Ajjjah, N., & et.al. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pelanggan pada TokoRotiGem-bong Gedhe). *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). PURCHASE INTENTION AND PURCHASE DECISION MODEL: MULTI CHANNEL MARKETING AND DISCOUNT ON MEDCOM.ID ONLINE NEWS PORTAL. *Dinasti International Jurnal of Digital Business Management*.
- Andriyanti, E., & et.al. (2022). Pengaruh viral marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Sidoarjo). *REVIEW LITERATURE OF MARKETING MANAGEMENT*.
- Apridawaty, T. (2024, Juli Sabtu). *Sindonews*. Retrieved from <https://lifestyle.sindonews.com/read/1419469/166/pop-mart-resmi-buka-gerai-pertama-di-indonesia-disambut-antusias-penggemar-1721466467>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*.

- Awalya, S. S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Merek Azarine (Pada Generasi Z di Bekasi). *Jurnal Economina*.
- Azizah, N., & et.al. (2024). Marketing Activities and Consumer Behavior Shifting of Generation Z in the Social Media Marketing Era. *International Journal of Social Science Research and Review*.
- Bulante, R.-J., & et.al. (2025). The Consumer Behavior of Generation Z : An Impact in Modern Marketing Innovation. *International Journal of Reserch and Inovation in Social Science*.
- Chen, K. (2025). Analysis of Blind Box Marketing Strategies Based on Consumer Behavior Research. *Finance and Economic*.
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal, R., & Dyah, H. S. (2021). Pengaruh eWOM terhadap brand image dan brand trust serta dampaknya terhadap purchase intention (Empirical study on MI Fans Yogyakarta community). *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*.
- Herlambang, A., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Starbuck Coffe Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*.
- Istivarini, D., & Fauziah, S. (2025). The Effect of Discounts, Influencers, And Packaging Design On Consumer Purchase Intention For Luxcrime Cosmetics In Surabaya. *Jpurnal of Sharia Economics (IJSE)*.
- Isyanto, P., & et.al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Program Studi Akuntansi Politeknik Ganesha*.
- Kotler, & Keller. (2022). *Marketing Management*. Prentice hall.

- Liao, C. (2024). Analysis of Blind Box Marketing Strategies and Consumer Psychology. *EWA Publishing*.
- Maulina, N. (2024, Desember). Budaya Konsumerisma Gen-Z Pada Blind Box Pop Mart. Indonesia.
- Maulina, N. (2024, Desember). *Google*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nasya-maulina3036/6767759334777c3f7b3cac92/budaya-konsumerisme-gen-z-pada-blind-box-pop-mart>
- Mindiasari, I., & et.al. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Nisa, F., & et.al. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Pembelian Konsumen pada Restoran Mcdonald's (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Padang di Masa Boikot). *Jurnal Pustaka Aktiva*.
- Novira Anggini, H., & et.al. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Harco Nancy Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*.
- Nugroho, M. I. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUKTERHADAP MINAT BELIIPHONE: STUDI KASUS MAHASISWA UIN RADEN INTAN BANDARLAMPUNG. *Journal of Islamic Economics and Banking*.
- Nurfauzi, Y., & et.al. (2022). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Oktaviani, S., & et.al. (2024). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*.
- Putri, H. (2023). The Influence of Price, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Intention in Indomie Consumer in The City of Surabaya. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*.

- Qian, Y., & Lin, X. (2024). Blind Box Market Prospect Research—Taking POP-MART as an Examl. *Academic Journal of Business & Management*.
- Ridha, A., & et.al. (2024). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli Produk Viral pada E- Commerce Shopee di Kota Makassar. *Journal of Economic, Business and management Issues*.
- Sabar, M., & et.al. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow di Kota Manado. *Jurnal Unsrat*.
- Sari, N. P., & et.al. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Mercure Bali Legian. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*.
- Sari, R., & et.al. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, Brand Imagedan Pelayanan Terhadap Minat Beli Alat Eletronik Rumah Tangga di Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal dalam Konsep Ekonomi Islam. *Journal of Visionary Sharia Economy*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2008). *Consumer Behaviour* . Indeks .
- Silvia , E., & et.al. (2025). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Sudjiro, F., & et.al. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Solok: Anggota IKAPI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Anggota Ikatan penerbit Indonesia (IKAPI).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Anggota Ikatan penerbit Indonesia (IKAPI).
- Susana, A. D., & et.al. (2025). Strategi Marketing Pop Mart dalam membentuk Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak*.
- Tang, X. (2026). Pop Mart: An Economic Phenomenon in the Emerging Consumer Culture. *Advance in Economics Management and Political Science*.
- Tanjaya, T., & Yanti, N. W. (2025). DAYA TARIK VISUAL DAN EMOSIONAL PRODUK POP MART DALAM MEMENGARUHI PERILAKU KONSUME. *Jurnal Ilmiah Multidisplin Indonesia*.

- Tilahun, M., & et.al. (2023). Determinants of consumers' purchase intention on digital business model platform: evidence from Ethiopia using partial least square structural equation model (PLS-SEM) technique. *Journal of innovation and Entrepreneurship*.
- Tonce , Y., & Rangga, Y. (2022). *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Wang , Z. (2023). A Case Study of POP MART Marketing Strategy . *International Conference on Management Research and Economic Development* .
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru. *Buana Komunikasi* .
- Widagdo, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening . *Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*.
- Wungu, K., & Hakim, L. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT SIDO MUNCUL. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Yuliana , N., & Pamitkasih, T. R. (2026). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Iphone di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan*.
- Zurony, E. (2021). *Perilaku Kosumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.