



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TREN LABUBU PADA
AKUN MEDIA SOSIAL *TIKTOK* @BOBACOT TERHADAP
MINAT BELI LABUBU DI *FOLLOWERS* AKUN *TIKTOK*
@BOBACOT**

SKRIPSI

NAJMAH RAMADHIANI SIDHI

NPM.213516516328

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

***THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO LABUBU TREND
CONTENT ON TIKTOK @BOBACOT SOCIAL MEDIA
ACCOUNTS ON LABUBU PURCHASE INTENTION IN TIKTOK
@BOBACOT ACCOUNT FOLLOWERS***

THESIS

NAJMAH RAMADHIANI SIDHI

NPM.213516516328

***FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTMENT SCIENCE OF COMMUNICATION***

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TREN LABUBU PADA
AKUN MEDIA SOSIAL *TIKTOK* @BOBACOT TERHADAP
MINAT BELI LABUBU DI *FOLLOWERS* AKUN *TIKTOK*
@BOBACOT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

NAJMAH RAMADHIANI SIDHI

NPM.213516516328

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional:

Nama : Najmah Ramadhiani Sidhi
NPM : 213516516328
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Tren Labubu Pada Akun Media Sosial *Tiktok @bobacot* Terhadap Minat Beli Labubu di *Followers Akun Tiktok @bobacot*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 7 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Najmah Ramadhiani Sidhi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Najmah Ramadhiani Sidhi
 NPM : 213516516328
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
 Tanggal Sidang : 25 Februari 2025

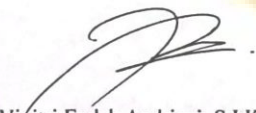
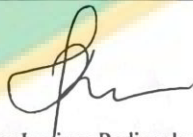
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TREN LABUBU PADA AKUN MEDIA
 SOSIAL TIKTOK @BOBACOT TERHADAP MINAT BELI LABUBU DI
 FOLLOWERS AKUN TIKTOK @BOBACOT**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

***THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO LABUBU TREND CONTENT ON TIKTOK
 @BOBACOT SOCIAL MEDIA ACCOUNTS ON LABUBU PURCHASE
 INTENTION IN TIKTOK @BOBACOT ACCOUNT FOLLOWERS***

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 4 Maret 2025	TGL : 6 Maret 2025	TGL : 4 Maret 2025
 Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Najmah Ramadhiani Sidhi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

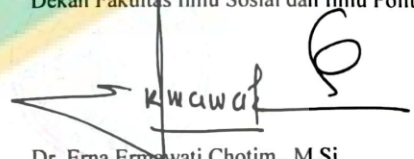
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Najmah Ramadhiani Sidhi
NPM	: 213516516328
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Periklanan
Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Konten Tren Labubu pada Akun Media Sosial Tiktok @bobacot Terhadap Minat Beli Labubu di <i>Followers</i> Akun Tiktok @bobacot
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 10 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ernawati Chotim., M.Si.

FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Najmah Ramadhiani Sidhi
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516328
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Tren Labubu Pada Akun
Media Sosial Tiktok @bobacot Terhadap Minat Beli Labubu di Followers Akun Tiktok
@bobacot

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 Maret 2025

Ketua Sidang : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Penguji I : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji II : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Keterangan :

- *) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**,
halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Najmah Ramadhiani Sidhi
NPM : 213516516328
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Tren Labubu Pada Akun Media Sosial
Tiktok @bobacot Terhadap Minat Beli Labubu di Followers Akun
Tiktok @bobacot

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 25 Februari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.
2. Pembimbing : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom
3. Penguji I : Drs. Adi Prakosa, M.Si.
4. Penguji II : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 25 Februari 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Tren Labubu Pada Akun Media Sosial *Tiktok @bobacot* Terhadap Minat Beli Labubu di *Followers* Akun *Tiktok @bobacot*” ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait judul tersebut dikarenakan viral nya tren Labubu dikalangan pengikut akun *Tiktok @bobacot*, yang membuat terjadinya pembudakan antrian di salah satu toko yang menjual Labubu tersebut, dan akun *Tiktok @bobacot* merupakan salah satu akun yang membuat konten mengenai tren Labubu tersebut, dimana konten – konten tersebut memberikan kontribusi terhadap pengikut akun *Tiktok @bobacot* dalam menumbuhkan minat terhadap Labubu tersebut.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. El Amry Bermari Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Akademik.
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

7. Bapak Humaini, MA selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah membimbing penulis dari awal semester hingga saat ini.
8. Ibu Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Bapak/Ibu dosen dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah memberikan pengetahuan serta ilmu kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
10. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan doa bagi kesuksesan peneliti.
11. Kepada para responden yang telah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga proses penelitian dapat dilakukan.
12. Teman-teman peneliti di bangku perkuliahan, terkhusus kepada Muhammad Habibi, Rifka Qonita, Wahyu Agung Bantarangin, Qolbiyati Salma Safitri, Muammar Hujair Haqqi Zain, Siti Dwi Rizka Pangestu, dan Risna Septianty yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini baik dalam bentuk dukungan, doa, dan bantuan langsung.
13. Indiralara Mustika, Elita Rojas-Mariam Widya Ningsih, dan Siti Mulya Rahmah selaku teman peneliti sedari SMP dan SMK yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap agar kiranya skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu khususnya kajian Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 4 Februari 2025

Peneliti
Najmah Ramadhiani Sidhi

ABSTRAK

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk membuat konten video pendek, yaitu *Tiktok*. Pengguna dari *Tiktok* sendiri terbagi kedalam beberapa kalangan, namun sebagian besar pengguna *Tiktok* di Indonesia merupakan dari kalangan usia 13 – 24 tahun. Labubu merupakan sebuah Boneka gantung yang sedang menjadi perbincangan di pertengahan tahun 2024 karena pengaruh dari Lisa Blackpink yang mempopulerkan boneka Labubu tersebut. Hal tersebut membuat banyaknya content creator yang membuat video konten mengenai Labubu hingga menjadi sebuah tren baru di media sosial. Pemilik akun *Tiktok* @bobacot merupakan salah *content creator* yang juga ikut membuat konten Labubu ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan konten tren labubu pada akun media sosial *Tiktok* @bobacot terhadap minat beli Labubu di *followers* akun *Tiktok* @bobacot. Penelitian ini menggunakan teori stimulus – respons yang merupakan turunan dari teori repon kognitif dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan *random sampling*. Data yang disajikan berupa angka dan juga tabel. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis eksplanatif. Hasil dalam penelitian ini ditemukan terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan konten tren Labubu pada akun media sosial *Tiktok* @bobacot terhadap minat beli Labubu di kalangan *followers* akun *Tiktok* @bobacot sebesar 65%, sedangkan 25% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci:

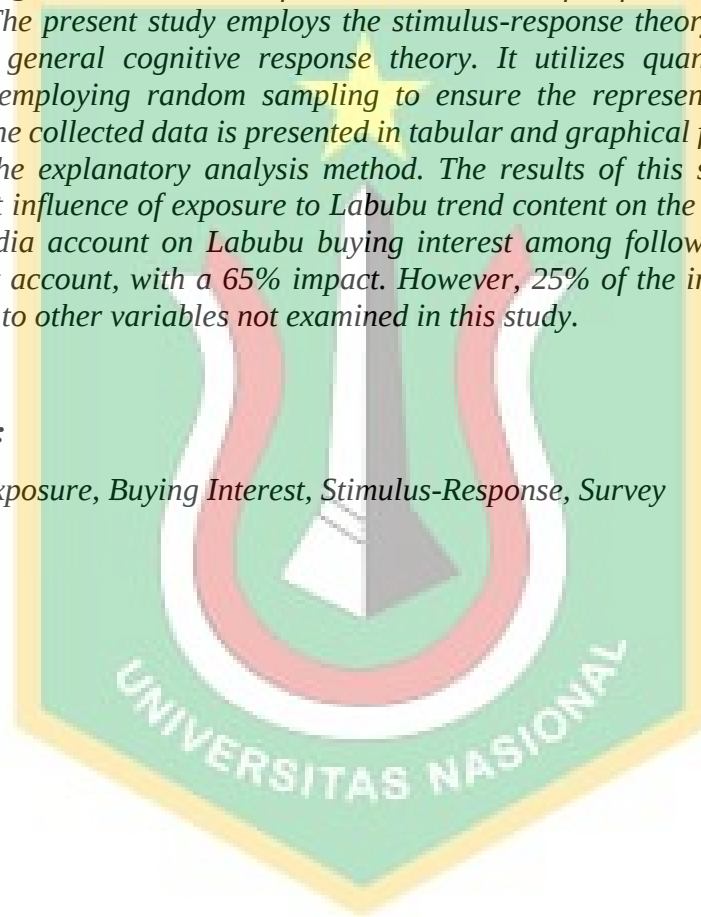
Terpaan Konten, Minat Beli, Stimulus-Respons, Survei

ABSTRACT

TikTok, a popular social media platform for creating brief video content, has amassed a significant user base, particularly in Indonesia, where the majority of its users are between the ages of 13 and 24. The Labubu hanging doll has emerged as a subject of discussion in mid-2024, largely due to the promotion of the doll by Lisa Blackpink. This trend has led to a surge in content creation around Labubu on social media platforms, particularly TikTok. One notable content creator who has contributed to this trend is @bobacot, a TikTok account owner. The objective of this study was to ascertain the extent to which the exposure of Labubu trend content on the TikTok @bobacot account influences the interest of its followers in purchasing Labubu. The present study employs the stimulus-response theory, a derivative of the more general cognitive response theory. It utilizes quantitative research methods, employing random sampling to ensure the representativeness of the sample. The collected data is presented in tabular and graphical formats. The study employs the explanatory analysis method. The results of this study indicated a significant influence of exposure to Labubu trend content on the TikTok @bobacot social media account on Labubu buying interest among followers of the TikTok @bobacot account, with a 65% impact. However, 25% of the influence could be attributed to other variables not examined in this study.

Keywords:

Content exposure, Buying Interest, Stimulus-Response, Survey



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	22
2.3 Definisi Konseptual	26
2.4 Kerangka Pemikiran	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Uji Instrumen Penelitian	49
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	53
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Labubu dan Akun <i>Tiktok</i> @bobacot	58
4.2 Profil Responden	62
4.3 Analisis Deskriptif	66
4.4 Analisis Statistik Inferensial	121
4.5 Pembahasan	126
BAB V PENUTUP	129
5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	132

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Tabel Kategorisasi Jawaban.....	49
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Konten Tren Labubu (X).....	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Labubu (Y).....	51
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 3. 5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian.....	58
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	63
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	64
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	64
Tabel 4. 5 Responden Yang Pernah Muncul Konten Tren Labubu pada Akun <i>Tiktok @bobacot</i> di FYP <i>Tiktok</i>	65
Tabel 4. 6 Responden Merupakan Pengikut dari Akun <i>Tiktok @bobacot</i>	65
Tabel 4. 7 Variabel X (Dimensi Frekuensi).....	66
Tabel 4. 8 Variabel X (Dimensi Frekuensi).....	67
Tabel 4. 9 Variabel X (Dimensi Frekuensi).....	68
Tabel 4. 10 Variabel X (Dimensi Frekuensi).....	69
Tabel 4. 11 Kategorisasi Dimensi Frekuensi	70
Tabel 4. 12 Karakteristik Kelompok Usia Berdasarkan Dimensi Frekuensi	71
Tabel 4. 13 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi frekuensi	71
Tabel 4. 14 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi frekuensi.....	72
Tabel 4. 15 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi frekuensi	72
Tabel 4. 16 Variabel X (Dimensi Atensi)	73
Tabel 4. 17 Variabel X (Dimensi Atensi)	74
Tabel 4. 18 Variabel X (Dimensi Atensi)	75
Tabel 4. 19 Kategorisasi Dimensi Atensi.....	76
Tabel 4. 20 Karakteristik Kelompok Usia Berdasarkan Dimensi Atensi	77
Tabel 4. 21 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi atensi.....	77
Tabel 4. 22 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi atensi	78

Tabel 4. 23 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi atensi.....	78
Tabel 4. 24 Variabel X (Dimensi Durasi)	79
Tabel 4. 25 Variabel X (Dimensi Durasi)	80
Tabel 4. 26 Kategorisasi dimensi durasi	81
Tabel 4. 27 Karakteristik Kelompok Usia Berdasarkan Dimensi Durasi	82
Tabel 4. 28 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi durasi.....	83
Tabel 4. 29 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi durasi.....	83
Tabel 4. 30 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi durasi	84
Tabel 4. 31 Hasil Statistik Deskriptif Terpaan Konten Tren Labubu di Akun Media Sosial <i>Tiktok @bobacot</i>	85
Tabel 4. 32 Perhitungan Kategorisasi Variabel Terpaan Konten.....	90
Tabel 4. 33 Tabel Kategorisasi Variabel Terpaan Konten Tren Labubu (X).....	91
Tabel 4. 34 Gambaran data deskriptif dimensi minat transaksional	92
Tabel 4. 35 Gambaran data deskriptif dimensi minat transaksional	93
Tabel 4. 36 Kategorisasi dimensi minat transaksional.....	94
Tabel 4. 37 Karakteristik kelompok usia berdasarkan dimensi minat transaksional	95
Tabel 4. 38 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi minat transaksional	95
Tabel 4. 39 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi minat transaksional	96
Tabel 4. 40 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi minat transaksional	96
Tabel 4. 41 Gambaran data deskriptif dimensi minat referensial	97
Tabel 4. 42 Gambaran data deskriptif dimensi minat referensial	98
Tabel 4. 43 Gambaran data deskriptif dimensi minat referensial	99
Tabel 4. 44 Kategorisasi dimensi minat referensial	100
Tabel 4. 45 Karakteristik kelompok usia berdasarkan dimensi minat referensial	101
Tabel 4. 46 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi minat referensial	102
Tabel 4. 47 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi minat referensial.....	102
Tabel 4. 48 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi minat referensial	103
Tabel 4. 49 Gambaran data deskriptif dimensi minat preferensial	103
Tabel 4. 50 Gambaran data deskriptif dimensi minat preferensial	104

Tabel 4. 51 Kategorisasi dimensi minat preferensial	105
Tabel 4. 52 Karakteristik kelompok usia berdasarkan dimensi minat preferensial	106
Tabel 4. 53 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi minat referensial	107
Tabel 4. 54 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi minat preferensial.....	107
Tabel 4. 55 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi minat preferensial	108
Tabel 4. 56 Gambaran data deskriptif dimensi minat eksploratif	108
Tabel 4. 57 Gambaran data deskriptif dimensi minat eksploratif	109
Tabel 4. 58 Kategorisasi dimensi minat eksploratif.....	110
Tabel 4. 59 Karakteristik kelompok usia berdasarkan dimensi minat eksploratif	111
Tabel 4. 60 Karakteristik jenis kelamin berdasarkan dimensi minat eksploratif	112
Tabel 4. 61 Karakteristik domisili berdasarkan dimensi minat eksploratif	112
Tabel 4. 62 Karakteristik pekerjaan berdasarkan dimensi minat eksploratif.....	113
Tabel 4. 63 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Labubu di <i>Followers</i> Akun <i>Tiktok @bobacot</i>	114
Tabel 4. 64 Perhitungan Kategorisasi Variabel Minat Beli	118
Tabel 4. 65 Tabel Kategorisasi Variabel Minat Beli Labubu	119
Tabel 4. 66 Hasil <i>Output</i> SPSS Tabulasi Silang	120
Tabel 4. 67 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Korelasi <i>Product Moment-Pearson</i>	121
Tabel 4. 68 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	122
Tabel 4. 69 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Koefisien Determinasi	123
Tabel 4. 70 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji F.....	124
Tabel 4. 71 Hasil <i>Output</i> SPSS Regresi Linier Sederhana.....	124
Tabel 4. 72 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji t.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Tahun 2024	1
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial Tahun 2024	3
Gambar 1. 3 Rata - Rata Usia Pengguna <i>Tiktok</i> di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Keadaan Antrian Boneka Labubu	5
Gambar 1. 5 Berita Mengenai Labubu	6
Gambar 1. 6 Jasa Titip Labubu	6
Gambar 1. 7 Harga Boneka Labubu di E-Commerce	7
Gambar 1. 8 Foto Lisa dan Rose Blackpink dan akun @asakecil	9
Gambar 1. 9 Content Creator yang membuat konten Labubu	10
Gambar 1. 10 Konten Labubu Pada Akun <i>Tiktok</i> @bobacot	10
Gambar 1. 11 Akun <i>Tiktok</i> @bobacot	11
Gambar 1. 12 Kumpulan Komen Konten Labubu @bobacot	11
Gambar 2. 1 Model Stimulus-Respons	24
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1 Foto Tampilan Boneka Labubu	58
Gambar 4. 2 Karakter "The Monsters" Zimomo dan Labubu	59
Gambar 4. 3 Labubu Versi <i>Macaroon</i> , <i>Have a Seat</i> , dan <i>Halloween</i>	60
Gambar 4. 4 Harga Labubu	60
Gambar 4. 5 Konten - Konten dari Akun <i>Tiktok</i> @bobacot	61
Gambar 4. 6 Akun <i>Tiktok</i> @bobacot	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Pengadaan Dosen Pembimbing

Lampiran 2: Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

Lampiran 3: Kuesioner Penelitian

Lampiran 4: Cek Turnitin/ iThenticate

Lampiran 5: Daftar Pernyataan Kuesioner

Lampiran 6: Bukti sebar Kuesioner

Lampiran 7: Hasil Jawaban Responden Uji Validitas & Reliabilitas

Lampiran 8: Hasil Jawaban Responden Penelitian

Lampiran 9: Data Diri Responden Uji Validitas & Reliabilitas

Lampiran 10: Data Diri Responden Penelitian

Lampiran 11: Tabel Acuan r_{tabel} *Product Moment*

Lampiran 12: Hasil *Output* Uji Validitas SPSS

Lampiran 13: Hasil *Output* Uji Reliabilitas SPSS

Lampiran 14: Hasil *Output* Perhitungan Analisis Statistik Deskriptif SPSS
Variabel X

Lampiran 15: Hasil *Output* Perhitungan Analisis Statistik Deskriptif SPSS
Variabel Y

Lampiran 16: SKPI