

**PENGARUH *UNCERTAINTY MARKETING*
TERHADAP *CUSTOMER ADDICTION*: PERAN
MEDIASI *PERCEIVED AROUSAL*, *HEDONIC VALUE*,
GAMIFIED EXPERIENCE, DAN *CUSTOMER*
JOURNEY, SERTA MODERASI *GAMBLING*
*PROPENSITY***

(Kasus pada Konsumen *Blind Box* di Indonesia)

Oleh

Nyi Ratu Ardanita Berkati

223402369

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI**

2026

**PENGARUH *UNCERTAINTY MARKETING*
TERHADAP *CUSTOMER ADDICTION*: PERAN
MEDIASI *PERCEIVED AROUSAL*, *HEDONIC VALUE*,
GAMIFIED EXPERIENCE, DAN *CUSTOMER*
JOURNEY SERTA MODERASI *GAMBLING*
*PROPENSITY***

(Kasus pada Konsumen *Blind Box* di Indonesia)

Oleh

Nyi Ratu Ardanita Berkati

223402369

Di bawah bimbingan:

R. Lucky Radi Rinandiyana., S.E. M.Si.

Adhitya Rahmat Taufiq., S.E. M.Si.

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI**

2026