



PENGARUH *BRAND IMAGE*, *eWOM*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK *BLIND BOX POP MART*

SKRIPSI

JASMINE ANISA MAULYDIA 2210111270

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2025



PENGARUH *BRAND IMAGE*, *eWOM*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK *BLIND BOX POP MART*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

JASMINE ANISA MAULYDIA 2210111270

PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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 Jasmine Anisa Maulydia

NIM. 2210111270

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

Jakarta, 16 Desember 2025 Yang
menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METRIS TEMPEL'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp. Below the stamp, the name 'Jasmine Anisa Maulydia' is printed.

Jasmine Anisa Maulydia

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jasmine Anisa Maulydia
NIM : 2210111270
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Brand Image, eWOM, dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Produk Blind Box Pop Mart

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 : 13 Januari 2026



Jasmine Anisa Maulydia

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *eWOM*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK *BLIND BOX POP MART*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

JASMINE ANISA MAULYDIA

2210111270

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M.,CPM.,CIRR
Ketua Penguji



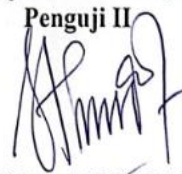
Dea Delia Lestari, S.T.,M.M
Penguji I



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



Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M
Penguji II



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2025

BERITA ACARA



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, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Jasmine Anisa Maulydia
NIM : 2210111270
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH BRAND IMAGE, eWOM, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PRODUK BLIND BOX POP MART**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang-Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|------------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | Dr. Miguna Astuti, S.Si .MM.,CPM | Ketua | |
| 2 | Dea Delia Lestari, ST., MM. | Anggota I | |
| 3 | Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM | 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, 16 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayat, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Brand Image, e-WOM, dan Perceived Value terhadap Produk Blind Box Pop Mart”*. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan berbagai pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen; serta Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen S1.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Renny Husniati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik, serta Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM. selaku Ketua Penguji dan Ibu Dea Delia Lestari, S.T., M.M. selaku Penguji 1 atas saran dan masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada keluarga tercinta, yaitu Ayah, Ibu, Abang, dan Adik yang senantiasa memberikan dukungan moral, materi, serta doa yang tiada henti. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan, khususnya Kuah Kikil Club, Gang Bagi Kopi, Almira, Tara, Cacay, serta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, 16 Desember 2025

Jasmine Anisa Maulydia

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| FORMULIR PERSETUJUAN JUDUL | vi |
| Abstract | vii |
| Abstrak | viii |
| BERITA ACARA | ix |
| PRAKATA | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 18 |
| 2.3 Model Penelitian | 30 |
| 2.4 Hipotesis..... | 33 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 34 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.4 Teknik Analisis Data | 40 |
| 3.5 Uji Hipotesis..... | 47 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian | 49 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian | 50 |
| 4.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis | 65 |
| 4.4 Pembahasan..... | 78 |

DAFTAR ISI

| | | |
|-----------------------------|---------------------------------|-----------|
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| 5.1 | Simpulan | 82 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian..... | 82 |
| 5.3 | Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 85 |
| RIWAYAT HIDUP | | 92 |
| LAMPIRAN | | 93 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu Terkait <i>Repurchase Intention</i> | 28 |
| Tabel 2. Pengukuran Variabel | 35 |
| Tabel 3. Instrumen Skala Likert | 39 |
| Tabel 4. Instrumen Skala Likert | 39 |
| Tabel 5. <i>Three Box Method</i> | 41 |
| Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks | 58 |
| Tabel 7. Nilai Angka Indeks Variabel <i>Repurchase Intention</i> | 59 |
| Tabel 8. Nilai Angka Indeks Variabel <i>Brand Image</i> | 60 |
| Tabel 9. Nilai Angka Indeks Variabel <i>eWOM</i> | 62 |
| Tabel 10. Nilai Angka Indeks Variabel <i>Perceived Value</i> | 63 |
| Tabel 11. <i>Outer Loadings</i> | 67 |
| Tabel 12. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 68 |
| Tabel 13. <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> | 69 |
| Tabel 14. <i>Cross Loading</i> | 70 |
| Tabel 15. <i>Composite Reliability</i> | 72 |
| Tabel 16. <i>Cronbach's alpha</i> | 73 |
| Tabel 17. <i>R-square</i> | 74 |
| Tabel 18. <i>Q-square</i> | 75 |
| Tabel 19. Koefisien Jalur..... | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Data Jumlah Kunjungan Bulan Februari s.d. April 2025 | 2 |
| Gambar 2. Foto Situasi Toko <i>Offline</i> Pop Mart..... | 4 |
| Gambar 3. Grafik Distribusi Ulasan Negatif Pop Mart..... | 5 |
| Gambar 4. Model Penelitian..... | 30 |
| Gambar 5. Langkah-langkah PLS | 42 |
| Gambar 6. Gambar <i>Inner Model</i> | 43 |
| Gambar 7. Gambar <i>Outer Model</i> | 44 |
| Gambar 8. Gambar Diagram Jalur..... | 44 |
| Gambar 9. Gambar Logo Pop Mart..... | 49 |
| Gambar 10. Karakter Produk Pop Mart..... | 50 |
| Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 53 |
| Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 54 |
| Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas | 55 |
| Gambar 15. Hasil <i>Outer Model</i> | 66 |
| Gambar 16. Hasil <i>Inner Model</i> | 74 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Ulasan Negatif Berdasarkan Indikator <i>Repurchase Intention</i> | 93 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian | 106 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Responden..... | 113 |
| Lampiran 4. Deskripsi Data Responden..... | 141 |
| Lampiran 5. Hasil Indeks <i>Three Box Method</i> | 142 |
| Lampiran 6. <i>Path Model SEM-PLS</i> | 144 |
| Lampiran 7. <i>Output Analisis Data SmartPLS 4.0</i> | 145 |
| Lampiran 8. Bukti Penyebaran Kuesioner..... | 149 |