



Sumber: seeklogo.com

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PARADOKS KEPUASAN DALAM KETIDAKPASTIAN: ANALISIS
KUALITATIF PENGALAMAN PASCA-PEMBELIAN PRODUK *BLIND*
BOX POP MART PADA PLATFORM SHOPEE**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Informasi

Nama : Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

NIM : 2210414020



**PROGRAM STUDI SAINS INFORMASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

NIM : 2210414020

Program Studi : Sains Informasi

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

Jakarta, Juni 2026

Yang menyatakan,



(Cleoresta Dzifi Hamas Daneca)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

NIM : 2210414020

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Sains Informasi

Judul Skripsi : PARADOKS KEPUASAN DALAM KETIDAKPASTIAN:
ANALISIS KUALITATIF PENGALAMAN PASCA-PEMBELIAN PRODUK
BLIND BOX POP MART PADA PLATFORM SHOPEE

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 11 Agustus 2026

Yang menyatakan,


Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Cleoresta Dzifi Hamas Daneca
NIM : 2210414020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Sains Informasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

PARADOKS KEPUASAN DALAM KETIDAKPASTIAN: ANALISIS
KUALITATIF PENGALAMAN PASCA-PEMBELIAN PRODUK BLIND BOX
POP MART PADA PLATFORM SHOPEE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/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 : 11 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Cleoresta Dzifi Hamas Daneca
NIM : 2210414020
PROGRAM STUDI : Sains Informasi
JUDUL : Paradoks Kepuasan Dalam Ketidakpastian: Analisis Kualitatif
Pengalaman Pasca-Pembelian Blind Box Pop Mart Pada
Platform Shopee

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Sains Informasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si)

Penguji 1



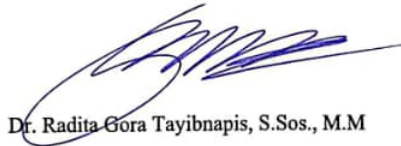
(Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom)

Penguji 2



(Gustiana Sabarina, M.Ikom)

Ketua Program Studi
Sains Informasi



Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 13 Juli 2026

ABSTRAK

Ketidaksesuaian antara representasi informasi digital pada Shopee dengan kondisi fisik produk *blind box* Pop Mart memunculkan paradoks kepuasan, yaitu kondisi ketika konsumen tetap merasakan kepuasan meskipun mengalami ketidaksesuaian kualitas produk. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pasca pembelian *blind box* tidak selalu berakhir pada ketidakpuasan, tetapi dipengaruhi oleh cara konsumen memaknai pengalaman yang dialaminya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan ekspektasi konsumen berdasarkan informasi digital di Shopee serta menjelaskan pengalaman kepuasan pasca pembelian ketika terjadi ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas produk *blind box* Pop Mart. Penelitian ini menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) untuk menjelaskan hubungan antara ekspektasi, kinerja aktual produk, dan evaluasi kepuasan konsumen setelah pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, serta dianalisis menggunakan NVivo 15 melalui proses *coding*, kategorisasi tema, dan interpretasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen membentuk ekspektasi dengan memanfaatkan berbagai informasi digital sebelum melakukan pembelian, kemudian membandingkan kondisi produk yang diterima dengan harapan yang telah terbentuk. Informan yang menerima produk dengan ketidaksesuaian kualitas fisik mengalami *negative disconfirmation*, sedangkan informan yang menerima produk sesuai dengan ekspektasinya mengalami *confirmation*. Konsumen membedakan antara ketidakpastian karakter yang diterima sebagai bagian dari konsep *blind box* dan ketidaksesuaian kualitas fisik produk yang tidak diharapkan. Meskipun terjadi *negative disconfirmation* pada kualitas fisik, kepuasan tidak selalu hilang karena konsumen memaknai pengalaman pembelian secara keseluruhan melalui pengalaman *unboxing*, keberhasilan memperoleh karakter *wishlist*, dan penerimaan terhadap unsur ketidakpastian. Kondisi tersebut membentuk paradoks kepuasan, yaitu ketika kepuasan dan kekecewaan hadir secara bersamaan dalam satu pengalaman pasca-pembelian. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan menunjukkan bahwa *negative disconfirmation* pada kualitas fisik tidak selalu berakhir pada ketidakpuasan karena kepuasan dibentuk melalui pemaknaan terhadap keseluruhan pengalaman pembelian.

Kata kunci: Blind box, *Expectancy Disconfirmation Theory*, paradoks kepuasan, Pop Mart.

ABSTRACT

The discrepancy between the digital representation of information on Shopee and the physical condition of Pop Mart blind box products gives rise to a satisfaction paradox, in which consumers continue to feel satisfied despite experiencing product quality discrepancies. This phenomenon indicates that the post-purchase experience of blind box products does not always result in dissatisfaction but is influenced by how consumers interpret and assign meaning to their experiences. This study aims to analyze how consumers form expectations based on digital information available on Shopee and to explain their post-purchase satisfaction experiences when discrepancies occur between expectations and the actual condition of Pop Mart blind box products. The study adopts the Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) to explain the relationship between consumer expectations, actual product performance, and post-purchase satisfaction evaluation. This study employed a qualitative method within a constructivist paradigm using Alfred Schutz's phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and were analyzed using NVivo 15 through coding, theme categorization, and data interpretation. The findings reveal that consumers form expectations by utilizing various sources of digital information prior to purchase and subsequently compare the received products with their initial expectations. Participants who received products with physical quality discrepancies experienced negative disconfirmation, whereas those whose products met their expectations experienced confirmation. Consumers distinguished between character uncertainty, which was accepted as an inherent feature of the blind box concept, and unexpected discrepancies in the physical quality of the products. Although negative disconfirmation occurred regarding physical quality, consumers' evaluations did not end with the product's physical condition. The unboxing experience, obtaining their wishlist character, and acceptance of character uncertainty encouraged consumers to maintain a positive interpretation of their overall purchase experience. These conditions created a satisfaction paradox, in which satisfaction and disappointment coexisted within the same post-purchase experience. This study contributes a novel finding by demonstrating that negative disconfirmation regarding physical product quality does not necessarily lead to dissatisfaction because consumers construct satisfaction through the meaning they assign to their overall purchase experience.

Keywords: Blind box, Expectancy Disconfirmation Theory, satisfaction paradox, Pop Mart.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat, karunia, dan Ridha-Nya, sehingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul “Paradoks Kepuasan Dalam Ketidakpastian: Analisis Kualitatif Pengalaman Pasca-Pembelian Produk Blind Box Pop Mart Pada Platform Shopee” dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi pada Program Studi Sains Informasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses pembelajaran dan dalam proses penyusunan skripsi ini. Beberapa diantaranya:

1. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M, selaku Kepala Program Studi Sains Informasi UPN Veteran Jakarta yang telah membantu penulis dalam urusan birokrasi perkuliahan.
2. Ibu Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu penulis dalam pengerjaannya, serta memberikan dukungan, saran, dan arahan kepada penulis dari pengerjaan awal sampai akhir.
3. Ibu Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom, selaku dosen penguji 1 dan dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan kritik untuk penulis dalam penyempurnaan skripsi, serta masukan dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
4. Ibu Gustiana Sabarina, M.Ikom, selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan, saran, dan kritik yang membangun bagi penulis dalam penyempurnaan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen, serta Staff Program Studi Sains Informasi UPN Veteran Jakarta yang telah mencurahkan waktu dan tenaga dalam

memberikan ilmu pengetahuan, pembelajaran, dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.

6. Kedua orang tua penulis, Ayah dan Bunda, Bapak Eko Cahyono dan Ibu Aat Masnawati. Terima kasih atas doa, dedikasi, kasih sayang, cinta yang hangat, dan dukungan dalam segala bentuk apapun kepada penulis, sehingga penulis dapat berkuliah dengan sangat baik dan bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu hingga mendapatkan gelar Sarjana Sains Informasi. Terima kasih karena selalu berusaha hadir dalam setiap waktu dan momen penulis.
7. Adik penulis satu-satunya, Chariesta Lakeisha Faranissa. Terima kasih karena telah menjadi penyemangat dan dorongan penulis untuk menyelesaikan perkuliahan ini. Terima kasih telah menjadi warna di kehidupan penulis.
8. Cleoresta Dzifi Hamas Daneca, yaitu peneliti sendiri. Terima kasih telah berjuang dan tidak pernah menyerah dalam menghadapi setiap proses. Terima kasih telah bertahan dan terus bersyukur atas apa yang terjadi, sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan tepat waktu hingga tahap akhir.
9. Seluruh informan penulis yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk peneliti sehingga peneliti mendapatkan hasil wawancara.
10. Teman-teman terdekat penulis selama penyusunan skripsi, Evelyn Yoanita, Devinta Berliana, Intan Aulia, dan teman-teman terdekat penulis lainnya, terima kasih karena selalu mendukung, kebersamaan, memberikan semangat dalam bentuk apapun kepada penulis dari awal sampai akhir.
11. Teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan, Rahma Fauziyyah, Azzahra, Yuti Ra, serta teman-teman mahasiswa/i Angkatan pertama tahun 2022, Program Studi Sains Informasi. Terima kasih atas kenangan, kebersamaan, dan dukungan yang dibuat dari awal bertemu sampai akhir.

12. Teman-teman Tim KSM Protokoler selama 2 periode. Terima kasih telah kebersamaian penulis selama 2 periode, dan terima kasih atas kenangan, pembelajaran, dan dukungan secara tidak langsung kepada penulis.
13. Serta, teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, namun akan penulis ingat melalui kenangan yang telah dibentuk selama kebersamaian penulis di perkuliahan. Terima kasih atas bantuan dan dukungan kepada penulis selama penulis berkuliah di UPN Veteran Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Sains Informasi, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Depok, 02 Juni 2026

Penulis



Cleoresta Dzifi Hamas Daneca

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.4.1 Tujuan Praktis	11
1.4.2 Tujuan Teoritis.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Praktis	12
1.5.2 Manfaat Akademik.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian terdahulu.....	16
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	22
2.2.1 Ekspektasi	22
2.2.2 Kepuasan.....	25
2.2.3 Teori Kepuasan (<i>Expectancy Disconfirmation Theory</i>).....	27
2.2.4 Fenomenologi Alfred Schutz.....	30

2.3 Kerangka Berpikir.....	32
.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Subjek Penelitian.....	35
3.2 Jenis Penelitian.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Observasi.....	37
3.3.2 Wawancara.....	38
3.3.3 Dokumentasi.....	42
3.4 Sumber Data.....	42
3.4.1 Data Primer.....	42
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 <i>Data Condensation/Reduction</i>	44
3.5.2 <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	44
3.5.3 <i>Conclusion Drawing/Verification</i> (Penarikan Kesimpulan).....	45
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	45
3.6.1 Triangulasi Data.....	46
3.6.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	47
3.6.3 Jadwal Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	50
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian dan Konteks Penelitian.....	50
4.1.2 Profil Informan Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Pembentukan Ekspektasi Konsumen terhadap Kualitas Produk <i>Blind Box</i> Pop Mart di Shopee.....	55
4.2.2 Pemaknaan Kepuasan Pasca Pembelian ketika Terjadi Ketidaksesuaian Produk.....	66
4.3 Pembahasan.....	78

4.3.1 Pembentukan Ekspektasi dan Peran Informasi Digital.....	78
4.3.2 Pemaknaan Kepuasan Pasca-Pembelian Konsumen dalam Konteks Konsumsi Berbasis Ketidakpastian.....	88
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	104
5.1.1 Saran Praktis.....	104
5.1.2 Saran Akademis.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	116
Lampiran 1. Riwayat Hidup.....	116
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	117
Lampiran 3. Pedoman Pertanyaan Wawancara Semi Terstruktur.....	118
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	123
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara.....	150
Lampiran 6. Bukti Olah Nvivo 15.....	151

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	16
Tabel 3.1. Jadwal Waktu Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian.....	47
Tabel 4.2 Ringkasan Tema Sumber Ekspektasi dan Ekspektasi Konsumen ...	110
Tabel 4.3 Ringkasan Realitas Produk dan Disconfirmation	116
Tabel 4.4 Ringkasan Paradoks Kepuasan	125
Tabel 4.5 Ringkasan Tindakan Pasca Pembelian.....	128
Tabel 4.6 Keterkaitan Temuan dengan Teori dan Penelitian Terdahulu	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Ulasan Konsumen Blind Box Pop Mart Shopee.....	3
Gambar 1.2. Laporan Ulasan Konsumen Blind Box Pop Mart Shopee.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3.1. Komponen Analisis Data: Mode Interaktif.....	39
Gambar 3.2. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	42
Gambar 4.1 Tampilan <i>Official Store</i> Pop Mart di Shopee.....	46
Gambar 4.2 Tampilan Visual Etalase Produk Pop Mart di Shopee.....	64
Gambar 4.3 Tampilan Deskripsi Produk Pop Mart di Shopee.....	65
Gambar 4.4 Tampilan Rating dan Ulasan Pembeli pada Produk Pop Mart di Shopee.....	66
Gambar 4.5 Word Cloud Hasil Wawancara.....	103
Gambar 4. 6 Ulasan Pop Mart Shopee.....	104
Gambar 4.7 Ulasan Pop Mart Shopee.....	105
Gambar 4. 8 Ulasan Pop Mart Shopee.....	106
Gambar 4. 9 Ulasan Pop Mart Shopee.....	107
Gambar 4.10 Project Map Sumber Ekspektasi Konsumen.....	108
Gambar 4.11 Project Map Realitas Produk, Disconfirmation, dan Respons Emosional.....	115
Gambar 4.12 Hierarchy Chart Tema Dominan Hasil Coding NVivo.....	120
Gambar 4.13 Project Map Paradoks Kepuasan dalam Pengalaman Blind Box	123