

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Paradoks Kepuasan dalam Ketidakpastian: Analisis Kualitatif Pengalaman Pasca-Pembelian Produk Blind Box Pop Mart pada Platform Shopee*, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menjawab dua rumusan masalah, yaitu:

1. Pembentukan ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk *blind box* Pop Mart di Shopee berdasarkan informasi digital yang tersedia. Pembentukan ekspektasi konsumen terhadap pembelian *blind box* Pop Mart melalui Shopee *Official Store* dipengaruhi oleh berbagai informasi digital yang tersedia pada platform, seperti ulasan pembeli, *rating*, foto dan video pembeli, visual etalase, deskripsi produk, *live streaming*, status Shopee *Official Store*, serta pengalaman pembelian sebelumnya. Informasi tersebut membentuk dua jenis ekspektasi, yaitu harapan terhadap kualitas fisik produk yang diterima dan harapan memperoleh karakter *wishlist*. Ekspektasi tersebut kemudian menjadi acuan konsumen dalam mengevaluasi kondisi produk setelah diterima.
2. Pemaknaan kepuasan konsumen pasca-pembelian ketika terjadi ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas produk *blind box* Pop Mart di Shopee dalam konteks konsumsi berbasis ketidakpastian. Pemaknaan kepuasan konsumen setelah pembelian menunjukkan bahwa informan K, M, dan N mengalami *negative disconfirmation* karena terdapat ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kualitas fisik produk yang diterima, sedangkan informan V mengalami *confirmation* karena produk yang diterima sesuai dengan ekspektasinya. Meskipun demikian, ketidaksesuaian kualitas fisik tidak selalu menyebabkan ketidakpuasan secara menyeluruh. Kepuasan dimaknai melalui keseluruhan pengalaman pembelian, yang mencakup pengalaman emosional selama proses

unboxing, keberhasilan memperoleh karakter *wishlist*, serta penerimaan terhadap ketidakpastian karakter sebagai bagian dari konsep *blind box*. Konsumen membedakan antara ketidakpastian karakter yang dapat diterima dan ketidaksesuaian kualitas fisik produk yang tidak diharapkan, sehingga kepuasan tidak hanya ditentukan oleh kondisi fisik produk, tetapi juga oleh pemaknaan terhadap keseluruhan pengalaman pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak terkait serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Saran ini disusun berdasarkan temuan penelitian mengenai pembentukan ekspektasi melalui informasi digital, pengalaman pasca pembelian, serta paradoks kepuasan konsumen dalam pembelian *blind box* Pop Mart pada platform Shopee dan diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis.

5.1.1 Saran Praktis

1. Bagi konsumen, disarankan untuk memanfaatkan berbagai informasi digital yang tersedia pada Shopee, seperti ulasan pembeli, rating, foto dan video pembeli, serta deskripsi produk sebelum melakukan pembelian. Konsumen juga perlu memahami bahwa ketidakpastian pada karakter merupakan bagian dari konsep *blind box*, namun tetap memiliki hak untuk memperoleh produk dengan kualitas fisik yang sesuai.
2. Bagi Pop Mart *Official Store*, disarankan untuk memastikan kesesuaian antara informasi digital dengan kondisi produk yang diterima konsumen sehingga ekspektasi yang terbentuk sebelum pembelian dapat sesuai dengan pengalaman yang diperoleh setelah produk diterima serta kepercayaan konsumen terhadap informasi yang disajikan pada platform tetap terjaga.

5.1.2 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengalaman pasca pembelian blind box pada platform *e-commerce* atau merek yang berbeda sehingga dapat memberikan perbandingan mengenai pembentukan ekspektasi, kepuasan, dan perilaku pengguna informasi dalam konteks yang lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk menguji hubungan antara ekspektasi, *negative disconfirmation*, kepuasan, dan perilaku pengguna informasi pada jumlah responden yang lebih besar.