

**PENGARUH VARIABEL KECANDUAN *GAME ONLINE* DAN
LOYALITAS PEMAIN *GAME* TERHADAP NIAT MELAKUKAN *IN-APP*
PURCHASE DALAM *GAME SELULER ONLINE***

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun oleh:
Tania Tirtanata
NPM: 170323616**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JUNI 2021**

Skripsi

**PENGARUH VARIABEL KECANDUAN *GAME ONLINE* DAN
LOYALITAS PEMAIN *GAME* TERHADAP NIAT MELAKUKAN *IN-APP*
PURCHASE DALAM *GAME SELULER ONLINE***



Disusun oleh:
Tania Tirtanata
NPM: 170323616

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Wenefrida Mahestu N Krisjanti.,SE.,M.Sc.IB,Ph.D

15 Juni 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 675/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 9 Juli 2021 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Anggota) |
| 3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Tania Tirtanata

NPM : 170323616

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH VARIABEL KECANDUAN *GAME ONLINE* DAN
LOYALITAS PEMAIN *GAME* TERHADAP NIAT MELAKUKAN *IN-APP*
PURCHASE DALAM *GAME SELULER ONLINE***

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2021

Yang menyatakan

Tania Tirtanata

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala rahmat dan kebaikan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Variabel Kecanduan *Game Online* dan Loyalitas Pemain *Game* Terhadap Niat Melakukan *In-App Purchase* Pada *Game* Seluler *Online*” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini, tak henti-hentinya penulis mendapat dukungan, doa, harapan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala hormat dan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai dan memberi bimbingan serta pertolongan dalam kehidupan penulis.
2. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti.,SE.,M.Sc.IB,Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta semangat dari awal proses pembuatan skripsi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Keluarga tercinta (Windra Tirtanata, Mita Agusta, dan Tara Tirtanata) yang selalu memberikan dukungan dan doa tiada henti kepada penulis.
4. Keluarga besar penulis (tante, om, dan sepupu) yang menjadi saudara terdekat penulis, dan selalu memberikan doa dan hiburan kepada penulis.

5. Monica, Liana, Arga, dan Julien yang telah mendampingi kehidupan penulis dari awal hingga akhir masa kuliah, baik dalam senang maupun susah.
6. Conny yang merupakan teman seperjuangan penulis dan anak bimbingan dari Ibu Mahestu, yang selalu memberi dukungan dan bersedia membantu penulis dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi.
7. Silvia, Hana, Sherin, dan Caca yang merupakan sahabat penulis sejak SMP hingga sekarang, yang terus memberi motivasi dan dukungan kepada penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan kerendahan hati memohon maaf bila masih banyak hal yang kurang berkenan dalam skripsi ini, dan penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi para pembaca, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2021

Penulis,

Tania Tirtanata

MOTTO

“All we have is now”

– Jessica Therrien

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kecanduan <i>Game Online</i>	12
2.1.1 <i>Salience</i>	14
2.1.2 <i>Tolerance</i>	14
2.1.3 <i>Mood Modification</i>	15

2.1.4	<i>Relapse</i>	15
2.1.5	<i>Withdrawal</i>	16
2.1.6	<i>Conflict</i>	16
2.1.7	<i>Problems</i>	17
2.2	Loyalitas Pemain <i>Game</i>	17
2.3	Niat Melakukan <i>In-app Purchase</i>	18
2.4	Penelitian Terdahulu	20
2.5	Pengembangan Hipotesis	22
2.5.1	Pengaruh Variabel Kecanduan <i>Game Seluler Online</i> dan Loyalitas Pemain <i>Game</i>	22
2.5.2	Pengaruh Variabel Kecanduan <i>Game</i> Terhadap Niat Untuk Melakukan <i>In-App Purchase</i> Pada <i>Game Seluler Online</i>	23
2.5.3	Pengaruh Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap Niat Untuk Melakukan <i>In-App Purchase</i> Pada <i>Game Seluler Online</i>	24
2.5.4	Loyalitas Pemain <i>Game</i> Sebagai Variabel Mediasi	25
2.6	Model Penelitian	26
BAB III: METODE PENELITIAN		27
3.1	Lingkup Penelitian	27
3.2	Metode Pengambilan Sampel	27
3.3	Metode Pengumpulan Data	28
3.4	Metode Pengukuran Data	28
3.5	Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	30
3.6	Metode Analisis Data	33
3.6.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	33
3.6.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	35
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		38

4.1	Analisis Karakteristik Responden	38
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3	Responden Berdasarkan Kategori <i>Game</i> Favorit.....	41
4.1.4	Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Untuk Bermain <i>Game</i> Setiap Hari	42
4.1.5	Responden Berdasarkan Jumlah <i>In-App Purchase</i> yang Dilakukan Selama Setahun Terakhir	42
4.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	43
4.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	45
4.3.1	Uji Validitas Konvergen	45
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan	50
4.3.3	Uji Reliabilitas	51
4.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.4.1	<i>R-Square</i>	52
4.4.2	<i>Q-Square</i>	53
4.5	Pengujian Hipotesis	54
4.5.1	Pengaruh <i>Salience</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	56
4.5.2	Pengaruh <i>Tolerance</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	56
4.5.3	Pengaruh <i>Mood Modification</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i> ..	56
4.5.4	Pengaruh <i>Relapse</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	57
4.5.5	Pengaruh <i>Withdrawal</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	57
4.5.6	Pengaruh <i>Conflict</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	58
4.5.7	Pengaruh <i>Problems</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	58
4.5.8	Pengaruh <i>Salience</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	59

4.5.9	Pengaruh <i>Tolerance</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i> .	59
4.5.10	Pengaruh <i>Mood Modification</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	60
4.5.11	Pengaruh <i>Relapse</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	60
4.5.12	Pengaruh <i>Withdrawal</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	61
4.5.13	Pengaruh <i>Conflict</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	61
4.5.14	Pengaruh <i>Problems</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i> ..	61
4.5.15	Pengaruh Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	62
4.6	Uji Mediasi	63
4.6.1	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Salience</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	64
4.6.2	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Tolerance</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	65
4.6.3	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Mood Modification</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	66
4.6.4	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Relapse</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	67
4.6.5	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Withdrawal</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	68
4.6.6	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Conflict</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	69
4.6.7	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Problems</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	70
4.7	Pembahasan	70
4.7.1	Pengaruh <i>Salience</i> dan Loyalitas Pemain <i>Game</i>	70
4.7.2	Pengaruh <i>Tolerance</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	71

4.7.3	Pengaruh <i>Mood Modification</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i> ..	72
4.7.4	Pengaruh <i>Relapse</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	72
4.7.5	Pengaruh <i>Withdrawal</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	73
4.7.6	Pengaruh <i>Conflict</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	74
4.7.7	Pengaruh <i>Problems</i> Terhadap Loyalitas Pemain <i>Game</i>	74
4.7.8	Pengaruh <i>Salience</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	75
4.7.9	Pengaruh <i>Tolerance</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i> .	76
4.7.10	Pengaruh <i>Mood Modification</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	76
4.7.11	Pengaruh <i>Relapse</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	77
4.7.12	Pengaruh <i>Withdrawal</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	78
4.7.13	Pengaruh <i>Conflict</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	78
4.7.14	Pengaruh <i>Problems</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i> ..	79
4.7.15	Pengaruh Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	80
4.7.16	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Salience</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	80
4.7.17	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Tolerance</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	81
4.7.18	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Mood Modification</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	82
4.7.19	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Relapse</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	83
4.7.20	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Withdrawal</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	83
4.7.21	Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Conflict</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	84

4.7.22 Uji Mediasi Loyalitas Pemain <i>Game</i> Terhadap <i>Problems</i> dan Niat Melakukan <i>In-App Purchase</i>	85
BAB V: PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi Manajerial.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	90
5.4 Saran Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional	30
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Kategori <i>Game</i> Favorit.....	41
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Untuk Bermain <i>Game</i> Setiap Hari	42
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jumlah <i>In-App Purchase</i> yang Dilakukan Selama Setahun Terakhir	43
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	45
Tabel 4.7 <i>Outer Loading</i> Kedua.....	46
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 4.9 <i>Cross Loadings</i>	50
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 4.11 <i>R-Square (R²)</i>	52
Tabel 4.12 <i>Q-Square (Q²)</i>	54
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i>	55
Tabel 4.14 <i>Specific Indirect Effects</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Aplikasi Game di iOS dan Android.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Model Mediasi.....	36
Gambar 4.1 Model Pengukuran	44
Gambar 4.2 Model Pengukuran Kedua.....	49
Gambar 4.3 Model Mediasi Pertama	64
Gambar 4.4 Model Mediasi Kedua	65
Gambar 4.5 Model Mediasi Ketiga.....	66
Gambar 4.6 Model Mediasi Keempat	67
Gambar 4.7 Model Mediasi Kelima.....	68
Gambar 4.8 Model Mediasi Keenam	69
Gambar 4.9 Model Mediasi Ketujuh.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2: Data Responden dan Jawaban Responden	104
Lampiran 3: Hasil Olah Data SmartPLS 3.....	163
Lampiran 4: Hasil Studi Deskriptif	168

**PENGARUH VARIABEL KECANDUAN *GAME ONLINE* DAN
LOYALITAS PEMAIN *GAME* TERHADAP NIAT MELAKUKAN *IN-APP
PURCHASE* DALAM *GAME SELULER ONLINE***

Disusun oleh:

**Tania Tirtanata
NPM: 170323616**

Pembimbing

Wenefrida Mahestu N Krisjanti.,SE.,M.Sc.IB,Ph.D

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kecanduan *game online* (*saliency*, *tolerance*, *mood modification*, *relapse*, *withdrawal*, *conflict*, dan *problems*) dan loyalitas pemain *game* terhadap niat melakukan *in-app purchase* dalam *game seluler online*, dengan loyalitas pemain *game* yang juga berperan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan sampel penelitian yaitu pemain *game seluler online* yang sudah pernah melakukan *in-app purchase* selama setahun terakhir. Kuesioner penelitian disebarikan secara *online* menggunakan *Google Forms*, dan kemudian diperoleh 407 responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3. Hasilnya ditemukan bahwa *saliency* secara signifikan memengaruhi loyalitas pemain *game* dan secara signifikan memengaruhi niat melakukan *in-app purchase* dalam *game seluler online*. *Mood modification* secara signifikan memengaruhi loyalitas pemain *game*. *Withdrawal* secara signifikan memengaruhi loyalitas pemain *game* dan secara signifikan memengaruhi niat melakukan *in-app purchase* dalam *game seluler online*. Loyalitas pemain *game* secara signifikan memengaruhi niat melakukan *in-app purchase* dalam *game seluler online*. Hasil dari uji mediasi loyalitas pemain *game* terhadap *saliency* dan niat melakukan *in-app purchase*, serta uji mediasi loyalitas pemain *game* terhadap *withdrawal* dan niat melakukan *in-app purchase* dapat dikategorikan sebagai *direct-only nonmediation*, sedangkan sisanya dapat dikategorikan sebagai *no-effect nonmediation*.

Kata kunci: kecanduan *game online*, loyalitas pemain *game*, niat melakukan *in-app purchase*, *game seluler online*.