

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN
TERHADAP NIAT BELI *ITEM VIRTUAL*
STUDI PADA *GAME PUBG MOBILE***

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun Oleh
Ganang Puja Gautama
190324677**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

SKRIPSI
PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI *ITEM*
VIRTUAL* STUDI PADA *GAME* *PUBG MOBILE

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ganang Puja Gautama

NPM: 190324677

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 9 Juni 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji


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

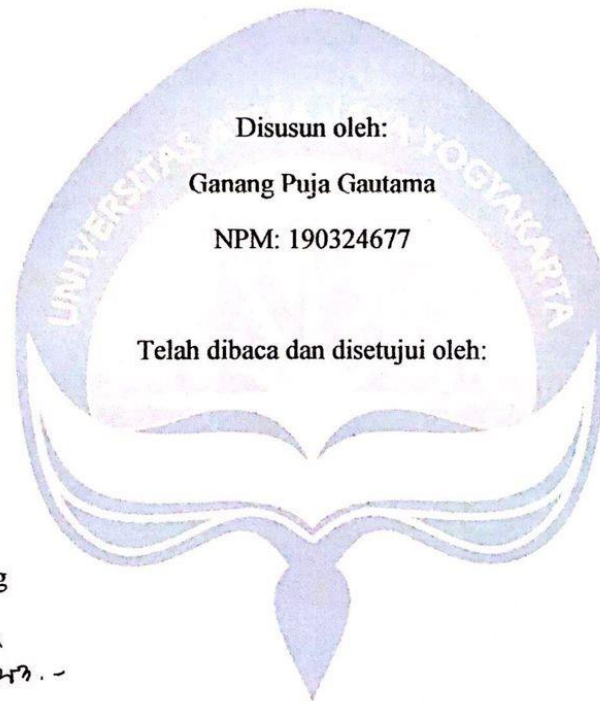

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Skripsi
PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN
TERHADAP NIAT BELI *ITEM VIRTUAL*
STUDI PADA *GAME PUBG MOBILE*



Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ellyawati'.

Dr. J. Ellyawati, MM.

11 Mei 2023

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN
TERHADAP NIAT BELI *ITEM VIRTUAL*
STUDI PADA *GAME PUBG MOBILE***

Benar-benar merupakan hasil dari karya saya sendiri. Ide, kutipan maupun pernyataan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide atau tulisan orang lain, saya nyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar dan terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, dari keseluruhan ataupun Sebagian pada skripsi ini, maka saya sanggup menerima konsekuensi, sanksi atau hukuman apapun itu sesuai dengan peraturan yang berlaku pad Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Mei 2023

Yang menyatakan



Ganang Puja Gautama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan kasih, berkah dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI *ITEM VIRTUAL* PADA *GAME PUBG MOBILE*”** dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan keberhasilan terselesainya skripsi ini, saya ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan dan bantuan dari pihak-pihak yang membantu saya, untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sanghyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah, limpahan kasih dan karunia-Nya yang selalu membimbing saya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Keluarga Blaur sebagai keluarga saya yaitu Bapak Tursiman, Ibu Siti Ariyati, Mbak Tusita Maina Dewi, Mas Dharma Nadi Chandra dan semua keluarga yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang tak pernah henti-hentinya untuk selalu mendoakan dan mendukung saya selama ini hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
3. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. sebagai dosen pembimbing saya yang selalu mengajarkan, membimbing, membantu dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi sampai dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat saya menimba ilmu akademik maupun non akademik, mengembangkan pikiran, memberikan kenangan indah, mendapatkan berbagai pengalaman dan mengajarkan nilai unggul, inklusif serta humanis. Bapak dan ibu dosen serta seluruh civitas akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika atas ilmu pengetahuan, pelayanan yang diberikan.
5. Teman-teman Ikatan Pelajar Riau Yogyakarta Komisariat Indragiri Hilir, yang menjadi wadah bagi para mahasiswa/i yang sedang menimba ilmu di

Yogyakarta, serta menjadi rumah kedua bagi saya dan selalu mendukung maupun membantu saya dalam keadaan susah ataupun senang.

6. Teman-teman KKN 82 Kelompok 31 Padukuhan Kanigoro diantaranya Brian, Dio, Juan, Esau, Dinda, Rika, Maya, Mei, Rani dan Kristin yang selalu mendukung saya, serta menjadi tempat bercerita saya ketika sedang bersedih maupun senang.
7. Teman-teman AKT (Anak Kampung Tengah) yang selalu mendukung saya dari kampung, menjadi tempat saya berkeluh kesah baik itu soal percintaan, kehidupan, pengalaman bahkan bertukar pikiran.
8. Para responden yang sudah bersedia menyempatkan waktu mengisi kuesioner penelitian untuk skripsi ini. Terima kasih banyak bantuan kalian semua yang sudah bersedia mengisi kuesioner penelitian skripsi.

Akhir kata, semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan kepada pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan demikian dapat terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi dapat bermanfaat kepada pembaca dan mampu memberi kontribusi referensi maupun pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Mohon maaf atas segala keterbatasan dan kekurangan pada skripsi ini serta selalu menerima saran maupun kritik secara terbuka untuk membangun menjadi lebih baik kedepannya.

Yogyakarta, 11 Mei 2023

Yang menyatakan



Ganang Puja Gautama

MOTTO

“Lebih baik menyalakan lilin daripada mengeluh tentang kegelapan”



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematis Penelitian.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Perceived Value</i>	10
2.1.2 <i>Satisfaction</i>	12
2.1.3 <i>Loyalty</i>	13
2.1.4 <i>Purchase Intention</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.4 Model Penelitian.....	26
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Bentuk Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Populasi, Sampel, Metode Penentuan Jumlah Sampel dan Metode Pengumpulan Data	28
3.3 Definisi Operasional.....	31

3.4	Jenis dan Sumber Data	33
3.5	Metode Pengumpulan Data	33
3.6	Metode Analisis Data	34
3.7	Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.8	Metode Pengujian Instrumen.....	37
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Profil Responden	42
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	45
4.3	Analisis SEM / PLS.....	49
4.4	Uji Hipotesis.....	55
4.5	Pengujian Mediasi	58
4.6	Pembahasan Hipotesis	60
BAB V	70
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	70
5.1	Hasil Karakteristik Responden	70
5.2	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	70
5.3	Hasil Uji Hipotesis	71
5.4	Implikasi Manajerial.....	72
5.5	Keterbatasan Penelitian	75
5.6	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Kelas Interval Penilaian Variabel.....	36
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Rata-Rata Waktu Mengakses Internet Dalam Sehari	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Rata-Rata Waktu Mengakses PUBG Mobile Dalam Sehari	44
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Hedonic Value</i>	45
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Utilitarian Value</i>	46
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Economic Value</i>	46
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepuasan	47
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Loyalitas.....	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Niat Beli	48
Tabel 4.10 <i>Outer Loading</i>	49
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	50
Tabel 4.12 <i>Cross Loading Factor</i>	51
Tabel 4.13 <i>The Fornell-Lacker Criterion</i>	52
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Compisite Reliability</i>	52
Tabel 4.15 Nilai <i>R-Square (R²)</i>	53
Tabel 4.16 Nilai <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	54
Tabel 4.17 Nilai <i>Prediction of Relevance (Q-Square)</i>	55
Tabel 4.18 Hasil <i>Path Coefficient</i>	55
Tabel 4.19 Hasil <i>Specific Indirect Effects</i>	58
Tabel 4.20 Hubungan Antara Variabel Kepuasan, Niat Beli dan Loyalitas ..	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	1
Gambar 1.2 Pendapatan <i>PUBG Mobile</i>	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	27
Gambar 4.1 Pengaruh Kepuasan Terhadap Niat Beli Dengan Loyalitas Sebagai Mediasi.....	60



**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN KEPUASAN
TERHADAP NIAT BELI *ITEM VIRTUAL*
STUDI PADA *GAME PUBG MOBILE***

Disusun Oleh:

**Ganang Puja Gautama
NPM: 190324677**

**Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.**

Abstrak

Tujuan – Untuk mengetahui dan melihat apa yang mendorong faktor-faktor pada niat beli para pemain saat melakukan pembelian *item virtual* di *game PUBG mobile* lewat variabel *perceived value* dengan variabel kepuasan dan loyalitas sebagai variabel mediasi. Pada variabel *perceived value* memiliki tiga bagian didalamnya yaitu *hedonic value*, *utilitarian value*, *economic value* yang akan mengetahui nilai perspektif pada para pemain pada niat beli bersama dengan variabel kepuasan dan variabel loyalitas sebagai mediasi pada *item virtual game PUBG mobile*.

Desain/metodologi/pendekatan – Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian diambil dengan penggunaan teknik *purposive sampling* dengan objek yang dipilih pada penelitian ini yaitu *game PUBG mobile* serta subjek yang dipakai pada penelitian ini yaitu para pemain yang pernah melakukan pembelian *item virtual* dalam *game PUBG mobile*, serta analisis data menggunakan *software SmartPLS 3*.

Hasil – Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif pada variabel *perceived value* dengan 3 bagian didalamnya yakni *hedonic value*, *utilitarian value*, *economic value* terhadap variabel kepuasan dan variabel loyalitas, namun variabel *hedonic value* terhadap variabel loyalitas berpengaruh negatif. Kemudian, didapati bahwa variabel kepuasan dan variabel loyalitas memiliki pengaruh positif terhadap niat beli.

Keterbatasan/implikasi – Penelitian ini menyarankan untuk mencoba objek penelitian yang berbeda agar timbul sebuah penelitian atau penemuan baru pada perusahaan yang bergerak di industri game yang berbeda maupun bagi para pemain yang memainkan *game* berbeda juga.

Kata kunci: *Game Online*, *Perceived Value*, Kepuasan, Loyalitas, Niat Beli.