

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan data, temuan dan pembahasan guna menjawab rumusan masalah di muka, yakni seperti apakah tingkat kepuasan penggunaan *skin* yang dirasakan oleh para *player* MLBB, kesimpulan yang peneliti peroleh adalah bahwa tingkat kepuasan penggunaan *skin* yang dirasakan *player* *Mobile Legends Bang Bang* di RRQ Kingdom regional DIY berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,16.

Angka tersebut diperoleh dari penjumlahan nilai rata-rata keenam unsur sebagaimana berikut ini:

1. Unsur *play engrossment* dengan nilai rata-rata 4,05 berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti penggunaan *skin* dapat memberikan keasyikan kepada *player* sehingga betah berlama-lama bermain MLBB.
2. Unsur *enjoyment* dengan nilai rata-rata 4,09 juga berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti penggunaan *skin* memberikan kenikmatan selama *player* menggunakannya.
3. Unsur *audio aesthetic* memperoleh nilai rata-rata 4,12 yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa efek suara dan musik yang dihasilkan oleh *skin* dapat memberikan kepuasan yang tinggi bagi para *player*.
4. Unsur *personal gratification* mendapatkan nilai rata-rata 4,30 berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti *skin* bisa membawa kepuasan pribadi bagi penggunanya,
5. Unsur *social connectivity* dengan nilai rata-rata 3,95 berada dalam kategori tinggi. Makna kalimat ini adalah *skin* dapat membawa *player* untuk lebih dekat lagi dengan *player* lain yang menggunakan serta paham tentang *skin*.

6. Unsur *visual aesthetic* dengan nilai rata-rata terbesar, yaitu 4,47, yang berkategori tinggi. Hal ini artinya, estetika visual yang dihasilkan oleh *skin* menjadi salah satu unsur pendorong kepuasan yang paling tinggi pada saat mereka menggunakan *skin*.

Kesimpulan penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian terdahulu. Kemiripan itu antara lain dengan penelitian oleh Guldager *et al* pada tahun 2023 yang menempatkan kepuasan bermain sebagai salah satu konsep utama dalam penelitian mereka. Penelitian oleh Shelstad *et al* (2017) memiliki kemiripan pula dengan penelitian peneliti, yaitu tentang penggunaan konsep *Game User Experience Satisfaction Scale* (GUESS). Penelitian untuk mengetahui bagaimana *virtual reality* (VR) bisa memberikan kepuasan kepada penggunanya. Penelitian tersebut membandingkan antara VR dengan monitor komputer tradisional. Meskipun begitu, pada penelitian saat ini, peneliti benar-benar berfokus pada kepuasan dan kenikmatan yang bisa pemain temukan dari penggunaan *skin* sebagai salah satu atribut dalam *game mobile legends bang bang*. Penelitian saat ini hanya sedikit bersangkutan dengan sosialisasi melalui unsur *social connectivity*, berbeda dengan penelitian oleh Kowert *et al* (2014) yang ingin mengetahui mengenai dampak bermain *game* secara berlebihan terhadap sosialisasi penggunanya. Bila dibandingkan dengan penelitian oleh Guldager *et al* (2023) dan Shelstad (2017), penelitian ini hanya sekedar menjadi pelengkap berupa kajian khusus terhadap tingkat kepuasan yang bisa diperoleh dari penggunaan atribut yang ada di dalam *game*, khususnya atribut *game Mobile Legends Bang Bang*. Selain itu, dari berbagai penelitian setopik, belum ada penelitian lain yang secara khusus membahas tingkat kepuasan penggunaan *skin* seperti pada penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Davidson, S. (2018). *A Multi-dimensional model of enjoyment: Development and validation of an enjoyment scale (ENJOY)*. Embry-Riddle Aeronautical University.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). *Defining consumer satisfaction*. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.
- Guldager, J. D., Hrynyschyn, R., Kjær, S. L., Dietrich, T., Majgaard, G., & Stock, C. (2023). *User experience, game satisfaction and engagement with the virtual simulation VR FestLab for alcohol prevention: A quantitative analysis among Danish adolescents*. *Plos one*, 18(5), e0286522.
- Jessica, M. (2022). *Pengaruh Nilai Kesenangan dan Ekspresi Diri Visual Skin terhadap Niat Beli Ulang Skin Game Mobile Legends di Jakarta yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen/Michelle Jessica/21180513/Pembimbing: Bilson Simamora*.
- Kowert, R., Domahidi, E., Festl, R., & Quandt, T. (2014). *Social gaming, lonely life? The impact of digital game play on adolescents' social circles*. *Computers in human behavior*, 36, 385-390.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). *Psychosocial causes and consequences of pathological gaming*. *Computers in human behavior*, 27(1), 144-152.
- Lin, A. C., & Gregor, S. (2006). *Understanding and assessing the extent of enjoyment of Web experiences*. *ACIS 2006 Proceedings*, 80.
- Lu, Y., Zhou, T., & Wang, B. (2009). *Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory*. *Computers in human behavior*, 25(1), 29-39.

- Meldawati, M. S. (2022). *Pengaruh Frekuensi Bermain Game Online Terhadap Motivasi dan Kebiasaan Belajar Biologi Pada Siswa SMA* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei* (1st ed.). Penerbit Kencana
- Widyapratama, M.N. (2024). *Implementasi Progressive Web Apps (PWA) Pada Laravel Studi Kasus: Manajemen Event Di RRQ Kingdom*. UTDI Repository.
- Pitakasari, A. A., Kandar, K., & Pambudi, A. (2019). *Hubungan Paparan Game Online Berunsur Kekerasan terhadap Kejadian Perilaku Agresif pada Remaja*. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 5(2), 96-102.
- Prasetya Irawan, (2006). *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, hlm.101
- Pratama, A. S. P. (2017). *Hubungan Kecanduan Bermain Game Online Pada Smartphone (Mobile Online Games) Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Angkatan 2013 Fakultas Kedokteran Universitas Lampung*. [Online]. Lampung, Universitas Lampung. *Fakultas Kedokteran Universitas Lampung*, 18.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Edisi ke 3. Bandung. CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam (1st ed.)*. Prenadamedia Group.

Tamborini, R., Bowman, N. D., Eden, A., Grizzard, M., & Organ, A. (2010). *Defining Media Enjoyment as the Satisfaction of Intrinsic Needs*. *Journal of Communication*, 60(4), 758-777.

Wahyudi, R. (2022). *Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Games Online Mobile Legends*. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563-578.

Westbrook, Robert A. 1980. *"Intrapersonal Affective Influences on Consumer Satisfaction with Products."* *Journal of Consumer Research*. 7 (June): 49-54.

Yi, Y. (1990). *A critical review of consumer satisfaction*. *Review of marketing*, 4(1), 68-123.

Website:

Admin Superlive. (2024). "Raja dari segala raja: ini profil lengkap Team RRQ Esports." Superlive.id. (<https://superlive.id/superchallenge/artikel/news/raja-dari-segala-raja-ini-profil-lengkap-team-rrq-esports#:~:text=RRQ%20Esports%20didirikan%20pada%20tahun,yang%20semakin%20berkembang%20di%20Indonesia, diakses pada 10 September 2024>)

Amalia, Ellavie Ichlasa. (2023). "Niko Partners: Pertumbuhan Industri Game Indonesia di 2023 Melambat." Hybrid.co.id. (<https://hybrid.co.id/post/niko-partners-pertumbuhan-industri-game-indonesia-di-2023-melambat, diakses pada 13 Maret 2024>)

Annur, Citra Mutia. (2023). "Mobile Legends, Game Seluler Paling Disukai di Indonesia." Databoks.katadata.co.id. (<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/04/06/mobile-legends-game-seluler-paling-disukai-di-indonesia, diakses pada 15 Maret 2024>)

- Sutjipto, K. (2020). "Pecahkan 1 Milyar Unduhan, Kenapa Mobile Legends Sangat Populer?" Ligagame.tv. (<https://www.ligagame.tv/mlbb/kenapa-mobile-legends-sangat-populer>, diakses pada 20 Maret 2024)
- Rendy Lim. (2020). "Kilas Balik Perjalanan dan Perkembangan MPL di Indonesia" esports.id (<https://esports.id/mobile-legends/news/2020/08/ed519c02f134f2cdd836cba387b6a3c8/kilas-balik-perjalanan-dan-perkembangan-mpl-di-indonesia#>, diakses pada 27 Mei 2024)
- Riswan Khun. (2024). "Berapa Total Jumlah Semua Skin Mobile Legends (ML)?" esportsku.com (<https://esportsku.com/berapa-total-jumlah-semua-skin-mobile-legends-ml/3/>, diakses pada 18 Mei 2024)
- Redaksi Serkit. (2024). "Fakta Unik Recreation Cell Legends di Indonesia" sekitarkita.id (<https://sekitarkita.id/fakta-unik-game-mobile-legends-di-indonesia/>, diakses pada 26 Mei 2024)

LAMPIRAN

a. Lampiran Kuesioner

1. Data Profil responden

- a. Apakah anda menggunakan *skin* : Ya/Tidak
(*Skin special* ke atas) saat
bermain *Mobile legends*?
- b. Nama/inisial
- c. Jenis kelamin : Laki-laki
 Perempuan
- d. Usia 12 – 17 Tahun
 18 – 23 Tahun
 24 – 29 Tahun
- e. Sudah berapa lama memainkan 1 – 2 Tahun
Mobile legends? 3 – 5 Tahun
 > 5 Tahun
- f. Pendapatan perbulan (Gaji atau < 500.000
uang saku) 500.000 – 1,000,000
 > 1.000.000

E1	Saya menikmati bermain MLBB dengan menggunakan <i>Skin</i>					
E2	Menurut saya <i>match</i> akan lebih menyenangkan saat bermain menggunakan <i>skin</i>					
E3	Jika situasi keuangan mendukung, saya akan membeli <i>skin</i> lagi					
E4	Saya mungkin akan merekomendasikan penggunaan <i>skin</i> tertentu kepada <i>player</i> lain					
Audio Aesthetic						
AA1	Saya menikmati efek suara dan musik yang dihasilkan <i>skin</i>					
AA2	Saya merasa efek suara dan musik yang dihasilkan <i>skin</i> meningkatkan pengalaman bermain saya					
Personal Gratification						
PG1	Saya ingin tampil sebaik mungkin di dalam <i>game</i> , itu sebabanya saya menggunakan <i>skin</i>					

PG2	Menggunakan <i>skin</i> membuat saya lebih percaya diri					
PG3	Saya merasa bangga ketika bermain menggunakan <i>skin</i> yang tidak banyak dimiliki (<i>limited skin</i>)					
PG4	Penggunaan <i>skin</i> memotivasi saya agar bermain lebih serius					
Social Connectivity						
SC1	Saya senang memainkan MLBB dengan pemain yang juga menggunakan <i>skin</i> dan paham tentang <i>skin</i>					
Visual Aesthetic						
VA1	Saya menikmati efek visual yang dihasilkan oleh <i>skin</i>					
VA2	Saya menggunakan <i>skin</i> karena menarik secara visual					

b. Lampiran hasil kuesioner

Play Engrossment (PE)		Enjoyment (E)				Audio Aesthetic (AA)		Personal Gratification (PG)				Social Con. (SC)	Visual Aesthetic (VA)	
PE.1	PE.2	E.1	E.2	E.3	E.4	AA.1	AA.2	PG.1	PG.2	PG.3	PG.4	SC.1	VA.1	VA.2
4	4	4	4	5	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5
2	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	5	2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
5	3	2	5	2	5	5	1	5	5	5	3	3	5	4
4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5
1	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	5
4	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	5
3	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	4
5	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	3	1	5	4	5	3	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3
4	4	5	5	3	2	5	5	5	4	3	3	1	5	5
3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4
4	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	5	5	5
4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	1	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
4	2	4	2	4	2	3	3	4	4	5	4	3	3	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5

5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	1	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	3	5	3	4	5	3	3	1	5	5
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	5	3	3	3
1	1	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3
4	4	5	4	2	2	4	2	2	4	5	2	2	4	4
3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
3	5	5	5	2	3	4	1	1	5	5	3	3	5	4
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5
2	2	4	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	2	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
3	4	5	3	1	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
3	4	4	5	5	3	5	5	3	4	3	5	5	5	3
5	4	5	5	3	5	4	5	3	2	5	4	5	5	4
5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5
2	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5
5	5	4	3	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	4
3	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	3	3	3	5
5	4	3	2	5	3	1	3	5	3	4	5	3	5	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5
3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5
3	3	4	4	4	3	4	3	3	5	4	3	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5

4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	4
5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	3	4	4
5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5

c. Lampiran uji Validitas

		Correlations															
		PE.1	PE.2	E.1	E.2	E.3	E.4	AA.1	AA.2	PG.1	PG.2	PG.3	PG.4	SC.1	VA.1	VA.2	TOTAL
PE.1	Pearson Correlation	1	.449*	.271	.469*	.349	.448*	.322	.181	.486*	.588**	.400*	.473*	.344	.641**	-.025	.674**
	Sig. (2-tailed)		.021	.180	.016	.080	.022	.109	.376	.012	.002	.043	.015	.085	.000	.905	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
PE.2	Pearson Correlation	.449*	1	.536**	.261	.633**	.444*	.008	.340	.596**	.736**	.547**	.736**	.508**	.578**	.414*	.801**
	Sig. (2-tailed)		.021	.005	.197	.001	.023	.975	.089	.001	.000	.004	.000	.008	.002	.036	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
E.1	Pearson Correlation	.271	.536**	1	.381	.468*	.014	.089	.496*	.518**	.346	.252	.616**	.402*	.361	.497**	.619**
	Sig. (2-tailed)		.180	.005	.055	.016	.944	.665	.010	.007	.083	.215	.001	.042	.070	.010	.001
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
E.2	Pearson Correlation	.469*	.261	.381	1	.311	.079	.197	.027	.573**	.450*	.203	.323	.148	.524**	.254	.522**
	Sig. (2-tailed)		.016	.197	.055	.122	.701	.335	.895	.002	.021	.319	.108	.470	.006	.211	.006
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
E.3	Pearson Correlation	.349	.633**	.488*	.311	1	.224	-.121	.302	.308	.560**	.341	.544**	.414*	.512**	.072	.627**
	Sig. (2-tailed)		.080	.001	.016	.122	.271	.557	.133	.126	.003	.088	.004	.036	.008	.728	.001
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
E.4	Pearson Correlation	.448*	.444*	.014	.079	.224	1	.039	-.024	.472*	.655**	.500*	.414*	.567**	.358	.073	.581**
	Sig. (2-tailed)		.022	.023	.944	.701	.271	.851	.909	.015	.000	.002	.035	.003	.072	.722	.002
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
AA.1	Pearson Correlation	.322	.006	.089	.197	-.121	.039	1	.466*	.474*	.232	.071	.159	.064	.340	.025	.348
	Sig. (2-tailed)		.109	.975	.665	.335	.557	.851	.014	.014	.255	.731	.439	.756	.090	.905	.081
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
AA.2	Pearson Correlation	.181	.340	.496**	.027	.302	-.024	.466*	1	.161	.171	.025	.331	.241	.185	.214	.425**
	Sig. (2-tailed)		.376	.089	.010	.895	.133	.909	.016	.433	.403	.903	.098	.236	.366	.293	.031
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
PG.1	Pearson Correlation	.486*	.596**	.518**	.573**	.308	.472*	.474*	.161	1	.703**	.576**	.624**	.487*	.676**	.354	.821**
	Sig. (2-tailed)		.012	.001	.007	.002	.126	.015	.014	.433	.000	.002	.001	.012	.000	.076	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
PG.2	Pearson Correlation	.588**	.736**	.346	.450*	.560**	.655**	.232	.171	.703**	1	.607**	.685**	.485*	.754**	.227	.856**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.083	.021	.003	.000	.255	.403	.000	.001	.000	.012	.000	.265	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
PG.3	Pearson Correlation	.400*	.547**	.252	.203	.341	.580**	.071	.025	.576**	.607**	1	.671**	.652**	.502**	.085	.686**
	Sig. (2-tailed)		.043	.004	.215	.319	.088	.002	.731	.903	.002	.001	.000	.000	.009	.680	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
PG.4	Pearson Correlation	.473*	.736**	.616**	.323	.544**	.414*	.159	.331	.624**	.685**	.671**	1	.690**	.641**	.230	.843**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.001	.108	.004	.035	.439	.098	.001	.000	.000	.000	.000	.257	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
SC.1	Pearson Correlation	.344	.508**	.402*	.148	.414*	.567**	.064	.241	.487*	.485*	.652**	.690**	1	.410*	.244	.704**
	Sig. (2-tailed)		.085	.008	.042	.470	.036	.003	.756	.236	.012	.012	.000	.000	.037	.229	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
VA.1	Pearson Correlation	.641**	.578**	.361	.524**	.512**	.358	.340	.185	.676**	.754**	.502**	.641**	.410*	1	.116	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.070	.006	.008	.072	.090	.366	.000	.000	.009	.000	.037	.573	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
VA.2	Pearson Correlation	-.025	.414*	.497**	.254	.072	.073	.025	.214	.354	.227	.085	.230	.244	.116	1	.343
	Sig. (2-tailed)		.905	.036	.010	.211	.728	.722	.905	.293	.076	.265	.680	.257	.229	.573	.086
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
TOTAL	Pearson Correlation	.674**	.801**	.619**	.522**	.627**	.581**	.348	.425*	.821**	.856**	.686**	.843**	.704**	.788**	.343	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.006	.001	.002	.081	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.086	.000
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Uji reliabilitas

Case Processing Summary		
	N	%

Cases	Valid	26	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	26	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	15

e. Lampiran distribusi frekuensi responden

Jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	70	77.8	77.8	77.8
	Perempuan	20	22.2	22.2	100.0
Total		90	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-17	9	10.0	10.0	10.0
	18-23	68	75.6	75.6	85.6
	24-29	13	14.4	14.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lama.main

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 Tahun	16	17.8	17.8	17.8
	3-5 Tahun	33	36.7	36.7	54.4
	>5 Tahun	41	45.6	45.6	100.0
Total		90	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 500.000	28	31.1	31.1	31.1
	500.000-1.000.000	31	34.4	34.4	65.6
	> 1.000.000	31	34.4	34.4	100.0
Total		90	100.0	100.0	

Intensitas.TopUp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Jarang	12	13.3	13.3	13.3
	Jarang	16	17.8	17.8	31.1
	Kadang-kadang	31	34.4	34.4	65.6
	Sering	19	21.1	21.1	86.7
	Sangat Sering	12	13.3	13.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

f. Lampiran distribusi frekuensi tiap item

PE.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
	TS	3	3.3	3.3	5.6
	CS	16	17.8	17.8	23.3
	S	29	32.2	32.2	55.6
	SS	40	44.4	44.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

PE.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.3	3.3	3.3
	TS	3	3.3	3.3	6.7
	CS	21	23.3	23.3	30.0
	S	29	32.2	32.2	62.2
	SS	34	37.8	37.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

E.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<hr/>					

Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	1	1.1	1.1	2.2
	CS	9	10.0	10.0	12.2
	S	32	35.6	35.6	47.8
	SS	47	52.2	52.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

E.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	4	4.4	4.4	5.6
	CS	12	13.3	13.3	18.9
	S	24	26.7	26.7	45.6
	SS	49	54.4	54.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

E.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.7	6.7	6.7
	TS	9	10.0	10.0	16.7

CS	17	18.9	18.9	35.6
S	23	25.6	25.6	61.1
SS	35	38.9	38.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

E.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	2	2.2	2.2	2.2
	S				
	TS	5	5.6	5.6	7.8
	CS	25	27.8	27.8	35.6
	S	24	26.7	26.7	62.2
	SS	34	37.8	37.8	100.0
Total		90	100.0	100.0	

AA.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	2	2.2	2.2	2.2
	S				
	TS	2	2.2	2.2	4.4
	CS	12	13.3	13.3	17.8
	S	42	46.7	46.7	64.4
	SS	32	35.6	35.6	100.0
Total		90	100.0	100.0	

AA.2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Va lid	ST	3	3.3	3.3	3.3
	S				
	TS	2	2.2	2.2	5.6
	CS	16	17.8	17.8	23.3
	S	28	31.1	31.1	54.4
	SS	41	45.6	45.6	100.0
To tal		90	100.0	100.0	

PG.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Va lid	ST	3	3.3	3.3	3.3
	S				
	TS	3	3.3	3.3	6.7
	CS	13	14.4	14.4	21.1
	S	29	32.2	32.2	53.3
	SS	42	46.7	46.7	100.0
To tal		90	100.0	100.0	

PG.2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent

Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	1	1.1	1.1	2.2
	CS	12	13.3	13.3	15.6
	S	26	28.9	28.9	44.4
	SS	50	55.6	55.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

PG.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	CS	9	10.0	10.0	11.1
	S	27	30.0	30.0	41.1
	SS	53	58.9	58.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

PG.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	1	1.1	1.1	2.2
	CS	17	18.9	18.9	21.1
	S	27	30.0	30.0	51.1
	SS	44	48.9	48.9	100.0

	Total	90	100.0	100.0	
--	--------------	----	-------	-------	--

SC.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	ST	3	3.3	3.3	3.3
	S	6	6.7	6.7	10.0
	CS	22	24.4	24.4	34.4
	S	20	22.2	22.2	56.7
	SS	39	43.3	43.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

VA.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	ST	1	1.1	1.1	1.1
	S	14	15.6	15.6	16.7
	CS	22	24.4	24.4	41.1
	S	53	58.9	58.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

VA.2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	CS	9	10.0	10.0	10.0
	S	22	24.4	24.4	34.4

SS	59	65.6	65.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

g. Lampiran Hasil Turnitin

Skripsi_PetraJodri_191007012_Final_.docx

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas Bunda Mulia Student Paper	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to City University Student Paper	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
6	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	<1%
7	William J. Shelstad, Dustin C. Smith, Barbara S. Chaparro. "Gaming on the Rift: How Virtual Reality Affects Game User Satisfaction", Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 2017 Publication	<1%



8	abang-sahar.blogspot.com Internet Source	<1 %
9	publish.ojs-indonesia.com Internet Source	<1 %
10	arenalte.com Internet Source	<1 %
11	eprints.kwikkiangje.ac.id Internet Source	<1 %
12	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
13	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
15	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
16	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
17	jseh.unram.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.nobel.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.umpwr.ac.id:8080	

	Internet Source	<1 %
20	Julio Makarawung, Imelda Ogi, Sjendry Loindong. "Pengaruh Kemudahan Transaksi, Pengalaman Pengguna dan Promosi Influencer terhadap Pembelian Impulsif Produk Virtual dalam Game Mobile Legends pada Pemain Mobile Legends di Kota Manado", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 Publication	<1 %
21	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
22	feb.untan.ac.id Internet Source	<1 %
23	hybrid.co.id Internet Source	<1 %
24	pascasarjanafe.untan.ac.id Internet Source	<1 %