

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Nugroho Wijaya, Dini turipanan, allamanda “Kajian teori nilai konsumsi terhadap pembelian barang *virtual goods* pada *game online moba* (*e-proceeding Management* Vol.no.1 April 2016)
- Bastian, 2015 pengaruh kompetensi karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan game terhadap *intensi/* pembelian *virtual item* dalam *game online* “*DOTA II*”
- Dharmais, A. P., & Rubiyanti, R. N. (2019) Pengaruh *Motivasi hedonis* Terhadap Minat Untuk Membeli *Hero* Dan *Skin* Pada *Game Mobile Legend*. *eProceedings of management*, 6(3).
- Ega, Darmansyaputra. “PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *ITEM GAME ONLINE* PADA *MOBILE LEGENDS; BANG-BANG.*” (2020)
- Harjanto, Rudy, 2009, Prinsip-Prinsip Periklanan, Jakarta, PT Gramedia Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Hamari, J. (2011). Perspective from behavioral economic to analyzing game design patterns : loss aversion in social games (social games workshop), Vancouver, Canada, may 7-12, 2011. Social workshop. In social games workshop.
- Ho, Cheng-Hsun. dan Wu, Ting-Yun. 2012. *Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games*. *International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 10, No. 3, pp. 204-212

- Istami, T., & Rubiyanti, R. N (2020) ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI MAHASISWA (GENERASI Z) DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK-VIRTUAL PADA PERMAIANAN *DARING (GAME ONLINE)* DI BANDUNG. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Kelvin Cristian Gianto, 2020. Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Countinous Use Intention* dan *Purchase Intention For Virtual Goods* pada game *PUBG MOBILE* dikalangan mahasiswa Kristen Petra . *Agora*, 8(1)
- Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Putro, R, D. (2019) Pengaruh gaya hidup komunitas *mobile legends* Jakarta Utara terhadap keputusan Pembelian *Microtransactions* pada *Game Mobile Legends*.
- Rijali, R. (2019). Pengaruh *Fuctional Value, Emotional Value, Social Value, Satisfaction with The Game, identification with the character* terhadap *inten to Purchase Virtual Goods: study pada pembelian skin legends* pada *game mobile legend*.
- Rina Yulius, April 2017. Analisis perilaku penggunaan dalam pembelian *item virtual* pada *game online*
- Rizal fieter,Rizki karina,M.R Brahmana. 2018. Pengaruh *Online Experience* terhadap *Loyalty* melalui *Satisfaction* pemain *Mobile Legends*.
- Rizky Ajara , “ Analisa Motif Pembelian pada Keputusan Pembelian *Barang Virtual* di Permainan *Online*” (junal EMBA Vol.5 No1 Maret 2017, hal 87-95)

Sutrisno, F . R., & Mashariano, M. (2020) PENGARUH IKLAN, LINGKUNGAN SOSIAL,DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ITEM GAME MOBILE LEGENDS* PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4).

Sumber: jurnalapps.com 2019. Perkembangan *game online Mobile Legend* dalam *Jurnalapps.com* 2019

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: *Afabeta*

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: *Alfabeta*.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: *Alfabeta*

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : *Alfabet*

WAHYU FEBRIANTO, K. O. R . N. E. L. I. U. S., & Artanti , Y (2019). PENGARUH NILAI KONSUMSI TERHADAP NIAT BELI *VIRTUAL ITEM KOSTUMASI HERO* (Study Pada Pemain *Defence of The Ancient 2*) *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2)

Yulius Rina,. (2017) Analisis Pelaku Pengguna Dalam Pembelian *Item Virtual* Pada *Game Online*.