

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI *ITEM VIRTUAL*
PADA *GAME ONLINE MOBILE LEGEND***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan)

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR

SARJANA (S1)

Universitas Yudharta Pasuruan



OLEH :

MUHAMMAD ISA ASRORI

2016.69.10.0080

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad isa Asori

NIM : 201669100080

Program Studi : Administrasi Bisnis

**JUDUL: "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI ITEM VIRTUAL PADA GAME MOBILE
LEGEND"**

Konsentrasi : Pemasaran digital marketing

Disetujui untuk diseminarkan,

Pasuruan,

Menyetujui,



Kaprod. Adm. Bisnis

Nur Ajizah, S.Sos., M.AB.

NIP.Y.0691502001

Pembimbing

Amma Fazizah, S.Sos., M.AB.


NIP.Y.0691103040


TANDA PENGESAHAN

**TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPA MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :**

Hari : SENIN
Tanggal : 21 SEPTEMBER 20202
**Judul : PENGARUH KOMPENSI FINANSIAL, MOTIVASI
INTRINSIK DAN KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL**

DINYATAKAN LULUS


Dr. Khoirul Huda.,SH.M.,Hum
DOSEN PENGUJI 1


Nur Ajizah.,S.Sos.,M.AB
DOSEN PENGUJI 2

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



(Any Urwatul Wusko.S.Sos.,M.AB

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Isa Asrori
NIM : 201969100080
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmun Politik

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 10 September 2020

Yang membuat pernyataan.

Tanda tangan



Muhammad Isa Asrori
Muhammad Isa Asrori

MOTTO

**JANGAN MENGANGGAP SEMUA KEJADIAN
ADALAH TRAGEDI KARENA INI ADALAH
KOMEDI
PELAN KERJAKAN SEMUANYA DAN TETAP
PASTI DENGAN KENYATAAN**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengujin pengaruh faktor-faktor dari pembelian minat beli *item virtual*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif format eksplanasi. Penyebaran kuisioner populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yudharta pasuruan . Teknik pengambilan sampel ini dilakukan *purposive sampling* dengan 330 responden yang telah di hitung dengan rumus *slovin* .Variable eksogen dalam penelitian ini yaitu kualitas fungsional, kegembiraan, kepuasan, kepercayaan, dan utinitas harga. Sedangkan variable endogen dalam penelitian ini yaitu minat beli.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kusioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan *software SPSS 16*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) pengalaman berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (2) *celebrity endorses* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (3) Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (4) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (5) Utinitas harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : pengalaman, *celebrity endorses* kepuasan, kepercayaan, utinitas harga dan minat beli.

ABSTRAK

The purpose of this study was to examine the influence of the factors of purchasing item purchase intention virtually. The type of research used is quantitative research with explanation format. The distribution of the population in this study were students of Yudharta Pasuruan. The sampling technique was carried out by purposive sampling with 330 respondents who had been calculated using the Slovin formula. The exogenous variables in this study were functional quality, satisfaction, satisfaction, trustworthiness, and price utility. The endogenous medium variable in this study is buying interest.

This study uses primary data in the form of questionnaires. The data analysis technique used is SPSS 16 software. The results of this study indicate that: (1) experience has a significant effect on purchase intention. (2) celebrity endorsement has a significant effect on purchase intention. (3) Satisfaction has a significant effect on purchase intention. (4) Trust has a significant effect on purchase intention. (5) Price utility has a significant effect on purchase intention.

Keywords: experience, celebrities support satisfaction, trust, price utility and purchase interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan proposal skripsi yang berjudul **“faktor faktor yang mempengaruhi minat beli item virtual pada game mobile legend”**. Laporan hasil penelitian ini kami susun untuk memenuhi salah satu prasyarat kelulusan jenjang Strata Satu (S1). Penyusunan laporan ini melibatkan beberap pihak yang telah memberikan dukungan, do’a, dan bimbingannya maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. K.H. Muhamad Soleh Bahruddin selaku Pembina Yayasan Darut Taqwa
3. Dr. H. Kholid Murtadlo, S.E, M.E. selaku Rektor Universitas Yudharta
4. Ibu Any Urwatul Wusko, S. Sos., M.AB. selaku Dekan FISIP
5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis
6. Ibu amma fazizah S.Sos., M.AB selaku pembimbing skripsi ayas
7. Komunitas gamers mobile legend

8. Orang tua selalu mendoakan dan memberikan semangat.
9. Teman-teman satu jurusan yang sudah saling mendukung satu sama lain
10. Sahabat saya yang selalu mendukung saya dalam proses pengerjaan laporan
11. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.
12. Dwi ayu anggraeni sebagai wanita yang selalu member support

Semoga laporan ini dapat bermanfaat sebagai referensi pemikiran bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terutama para teman mahasiswa dan terlebih lagi bagi penyusun sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian laporan ini, terdapat banyak kekurangan dan kesalahan.

Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca agar dapat menjadi perbaikan untuk laporan selanjutnya. Akhir kata saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Pasuruan, 10 Januari 2020

Penulis,

Muhammad Isa Asrori

2016.69.10.0080

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
Latar belakang	1
Rumusan masalah.....	8
Manfaat penelitian	10
BAB II.....	11
Kajian pustaka.....	11
Pengalaman.....	12
<i>Celebrity endorses</i>.....	15
Kepuasan	18
Kepercayaan.....	19
Harga	27
Minat beli.....	29
<i>Game online</i>.....	31
Penelitian terdahulu.....	34
Hubungan antar variabel	36
Pengaruh pengalaman terhadap minat beli.....	37
Pengaruh <i>celebrity endorses</i>.....	38
Pengaruh kepuasan.....	38
Pengaruh kepercayaan.....	39

Pengaruh harga.....	39
Model penelitian hipotesis.....	40
BAB III	39
Jenis penelitian.....	40
Lokasi penelitian	40
Pendekatan penelitian.....	40
Variabel pengukuran.....	41
Variabel exsogen.....	42
Operasional variabel.....	42
Skala pengukuran variabel.....	43
Populasi sampel.....	46
Teknik sampling	48
Pengumpulan data.....	49
Study kepustakaan.....	50
Penelitian lapangan	51
Analisis deskriptif.....	50
Uji validitas.....	50
Uji realibilitas.....	51
Uji regresi linier berganda.....	53
Uji hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBASHASAN.....	60
Gambaran umum.....	63

VISI MISI.....	63
<u>Tujuan.....</u>	<u>63</u>
<u>Sasaran.....</u>	<u>63</u>
<u>Analisis deskriptif.....</u>	<u>64</u>
<u>Klarifikasi hasil responden.....</u>	<u>65</u>
<u>Usia.....</u>	<u>65</u>
<u>Total mahasiswa.....</u>	<u>65</u>
<u>Tabel frekuensi.....</u>	<u>68</u>
<u>Variabel pengalaman.....</u>	<u>68</u>
<u>Variabel <i>celebrity endorses</i>.....</u>	<u>70</u>
<u>Variabel kepuasan.....</u>	<u>71</u>
<u>Variabel kepercayaan.....</u>	<u>72</u>
<u>Variabel utinitas harga.....</u>	<u>73</u>
<u>Variabel minat beli.....</u>	<u>76</u>
<u>UJI ASUMSI KLASIK.....</u>	<u>78</u>
<u>Uji validitas.....</u>	<u>78</u>
<u>Uji reabilitas.....</u>	<u>79</u>
<u>Uji normalitas.....</u>	<u>80</u>
<u>Uji linieritas.....</u>	<u>82</u>
<u>Regresi linier berganda.....</u>	<u>82</u>
<u>Uji linieritas.....</u>	<u>82</u>
<u>Koefisien regresi linier.....</u>	<u>83</u>
<u>Koefisien dertemation.....</u>	<u>84</u>

<u>Uji f annova.....</u>	<u>35</u>
<u>Uji hipotesis.....</u>	<u>86</u>
<u>Pengujisn hipotesis pengalaman.....</u>	<u>87</u>
<u>Pengujian hipotesis.....</u>	<u>87</u>
<u>Pengujian hipotesisi kepuasan.....</u>	<u>88</u>
<u>Pengujian hipotetesis kepercayaan.....</u>	<u>89</u>
<u>Pengujian hipotesis utinitas harga.....</u>	<u>90</u>
<u>Uji hipotesis variable pengalaman.....</u>	<u>91</u>
<u>Uji hipotesisi kepercayaan.....</u>	<u>92</u>
<u>Uji hipotesis utinitas harga.....</u>	<u>93</u>
<u>BAB V KESIMPULAN.....</u>	<u>94</u>
<u>Kesimpulan.....</u>	<u>94</u>
<u>Saran.....</u>	<u>95</u>
<u>Saran game.....</u>	<u>96</u>

