

**PENGARUH IKLAN, *WORD OF MOUTH* DAN MINAT BELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *DIAMOND MOBILE
LEGEND* PADA MAHASISWA
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH:

YOSEPH BENIZA PAWE NAJA
NIM: 321 17 015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN


**“PENGARUH IKLAN, *WORD OF MOUTH* DAN MINAT BELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *DIAMOND GAME MOBILE
LEGEND* PADA MAHASISWA DI KOTA KUPANG”**

Yang diajukan oleh :


Nama : Yoseph Beniza Pawe Naja
NIM : 32117015
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
NIDN: 0818116101

Pembimbing II


Maria A.L. Amaral, SE, MM
NIDN : 0805079302

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 01 Juli 2022
Jam : 09.00 – 11.00 Wita
Tempat : Ruang Magister Manajemen
Atas Nama : Yoseph Beniza Pawe Naja
Nomor Registrasi : 32117015
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1 Ketua	: Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si	(.....)
2 Sekretaris	: Maria A. L. Amaral, SE, MM	(.....)
3 Penguji I	: Anggraeny Paridy, SE, M.Si	(.....)
4 Penguji II	: Drs.Ec, Gaudensius Djuang, MM	(.....)
5 Penguji III	: Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si	(.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Joesewa Adrianus, SE. MM
NIDN : 0809055901

Ketua
Program Studi Manajemen



Rosadalima Tisu, SE. MM
NIDN : 0825078305

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“TUHAN ITU BAIK DI SETIAP WAKTU”

“PERSEMBAHAN”

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak Vincentius Naja dan Mama Yuventa Pao yang selalu memotivasi dan memberikan support kepada saya dalam bentuk dan keadaan apapun.
2. Saudara dan Saudari tersayang : kakak Nus Naja, kakak Novi Naja (Almh) dan Kakak Olan, Kakak Yessi Naja serta adik Billy Stevan yang selalu mendukung dan member semangat kepada saya dalam proses perkuliahan sampai dengan menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman terkasih : Manajemen Angkatan 2017 dan Selviana Lero.
4. Almamater tercinta UNWIRA.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga dapat diselesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, *Word Of Mouth* dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian *Diamond Mobile Legend* Pada Mahasiswa Di Kota Kupang” diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selama penyusunan skripsi ini, banyak sekali mendapat bimbingan, masukan dan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, perlu diucapkan limpah terimakasih kepada :

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan perhatian dukungan, motivasi dan pelayanan administrasi umum dan akademik selama mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang memberikan masukan, motivasi serta pelayanan administrasi sejak

perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.

4. Ibu Maria B. M. G. Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan dan motivasi yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Maria A.L. Amaral, SE, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan telah meluangkan waktu hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan banyak ilmu dan masukan dalam perkuliahan, sehingga menjadi sangat berguna dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Anggelina Penu, SH selaku Kepala Tata Usaha dan Seluruh Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, atas pelayanan administrasi akademik selama perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Orang tua Bapak Vincentius Naja dan Mama Yuventa Pao yang selalu memberi dukungan doa, spiritual dan materi dalam membiayai perkuliahan dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Kos Hijau Maumere yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang membantu penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat diharapkan.

Kupang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Yoseph Beniza Pawe Naja (32117015) dengan judul penelitian **“Pengaruh Iklan, *Word Of Mouth* dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian *Diamond Game Mobile Legend* pada Mahasiswa di Kota Kupang”**. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si sebagai Pembimbing I dan Ibu Maria A.L. Amaral, SE, MM sebagai Pembimbing II.

Data Pengguna *Mobile Legend* Di Indonesia menunjukkan menurunnya pengguna *game online* tersebut pada tahun 2021. Begitu juga dengan pengguna *game mobile legend* dari kalangan mahasiswa di Kota Kupang. Ada yang tertarik dan tidak tertarik dengan pengaruh iklan, *word of mouth*, minat beli terhadap keputusan pembelian *game mobile legend*. Masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran tentang Iklan, *Word Of Mouth*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian *Diamond game Mobile Legend* pada mahasiswa Kota Kupang? (2) Apakah Iklan *game Mobile Legend* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *diamond game mobile legend* pada mahasiswa di Kota Kupang? (3) Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *diamond mobile legend* pada mahasiswa di Kota Kupang? (4) Apakah Minat Beli konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *diamond mobile legend* pada mahasiswa di Kota Kupang?

Penelitian dilakukan pada mahasiswa di 5 universitas di Kota Kupang, dengan populasi adalah konsumen yang menggunakan *game mobile legend*, dimana tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan sebanyak 15 indikator dan dikalikan 7, sehingga jumlah sampel penelitian sebanyak 105 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis Partial Least Square (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel iklan sebesar 62% dengan kategori cukup baik, variabel *Word Of Mouth* sebesar 62% dengan kategori cukup baik, variabel minat beli sebesar 65% dengan kategori cukup baik, dan variabel keputusan pembelian sebesar 61% kategori cukup baik. Analisis statistik yaitu dengan uji persamaan struktural berbasis variance. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kontribusi variabel iklan, *Word Of Mouth*, dan minat beli terhadap keputusan pembelian adalah 80,1%. Sisanya 19,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data tersebut, disarankan kepada perusahaan *game mobile legend*, agar menambah item yaitu skin untuk merubah tampilan hero (karakter) menjadi lebih cantik dalam tayangan iklan *mobile legend* dan meningkatkan kualitas grafik *game mobile legend*, sehingga bisa mempengaruhi mahasiswa di Kota Kupang untuk melakukan pembelian *diamond* pada *game mobile legend*.

Kata Kunci : Iklan, *Word Of Mouth*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Konsep Pemasaran.....	8
B. Perilaku Konsumen.....	11
C. Keputusan Pembelian	12
D. Iklan.....	17
E. <i>Word Of Mouth</i>	20
F. Minat beli	21
G. Penelitian Terdahulu.....	23

H. Kerangka Pemikiran	24
I. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Tempat dan Waktu Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Jenis Data.....	28
D. Metode Pengumpulan Data	29
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	29
F. Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Karakteristik Responden	38
B. Analisis Statistik Deskriptif	42
C. Analisis Statistik Inferensial	46
D. Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	41
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Iklan	42
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	43
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Minat Beli	44
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.9 Analisis Jalur PLS Untuk Melihat <i>Outer Model</i>	48
Tabel 4.10 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	49
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	50
Tabel 4.12 Nilai <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.13 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	52
Tabel 4.14 Nilai R-Square	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model	
Convergen Validity	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model, Hasil Uji Bootstrapping	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Data HasilPenelitian	71
Lampiran 3Dokumentasi.....	86