

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), PRIBADI, DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *UNKNOWN
CASH (UC)* PADA *GAME PLAYER UNKNOWN'S
BATTLEGROUNDS (PUBG) MOBILE*
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

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



OLEH:

MARYA FEBRYANI SAMAN
NIM: 32117090

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), PRIBADI DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *UNKNOWN CASH* (UC)
PADA *GAME PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS*
(PUBG) *MOBILE* DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh:


Nama : Marya Febryani Saman
NIM : 32117090
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

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

Pembimbing I


Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901


Maria A. L. Amaral, SE, MM
NIDN : 0825078305

Kupang,

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadilma 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 : Selasa, 28 Juni 2022
Jam : 15.00 – 17.00 WIB
Tempat : Magister Manajemen
Atas Nama : Marya Febryani Saman
NIM : 32117090
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Dr. Henny A. Manafe, SE, MM (.....)
4. Penguji II : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Jon Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901


Ketua Program Studi
Manajemen
Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

“Success doesn’t come from what you do occasionally. It comes from what you do consistently”

“ Sukses tidak datang dari apa yang anda lakukan sesekali. Itu berasal dari apa yang anda lakukan secara konsisten”

- Marie Forleo

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Orangtua yang saya cintai yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan penulis, selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk penulis.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian *Unknown Cash (UC)* Pada *Game Playerunknown’s Battlegrounds (PUBG) Mobile* di Kota Kupang”, dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini, banyak pihak yang terlibat membantu, sehingga semuanya dapat berjalan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan tulus, disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta Staf, 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, Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, yang telah memberikan perhatian, dukungan dan motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi, Penguji II dan 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, pelayanan administrasi akademik selama mengikuti kuliah, motivasi dan masukan serta perbaikan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II, Sekretaris Panitia Ujian yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dr. Henny A. Manafe, SE, MM selaku Penguji I yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan memberikan ujian serta perbaikan.
7. Seluruh Dosen pengajar di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan masukan dalam perkuliahan, sehingga menjadi sangat berguna dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Angelika Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha beserta seluruh Pegawai Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis atas pelayanan serta bantuan demi kelancaraan penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk PT.Shopee Indonesia dan toko game *online* di Kota Kupang yang telah memberikan data transaksi penjualan.
10. Terima kasih kepada Bapak Yoseph Saman, Mama Sri Ngantini, Kaka Admi,

Adi, Nani, Semar, Kiky, Aron, Handry, Pedro, dan keluarga besar yang selalu

memberikan dukungan doa, spiritual dan materi.

11. Terima kasih untuk Dede Jordhy yang selalu membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2017 yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulisan skripsi ini.

Menyadari akan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki, sehingga penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan senang hati selalu menanti segala kritik dan saran guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Marya Febryani Saman : 32117090 dengan judul skripsi “**Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian *Unknown Cash* (UC) Pada *Game Playerunknown’s Battlegrounds* (PUBG) *Mobile* di Kota Kupang**”. Di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM sebagai pembimbing II.

PUBG Mobile adalah *game* seluler *Battle Royale*. Kota Kupang sebagai ibukota dari Provinsi NTT yang cukup banyak memiliki pemain aktif *PUBG Mobile*. Volume penjualan atau jumlah transaksi UC di Kota Kupang mengalami penurunan pada 3 tahun terakhir 2019-2021. Tujuan penelitian: 1) Untuk mengetahui gambaran WOM, pribadi, psikologi, dan keputusan pembelian UC (*Unknown Cash*) *game* *PUBG Mobile* di Kota Kupang. 2) Untuk mengetahui signifikan pengaruh *Word of Mouth* (WOM), pribadi, dan psikologi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian UC (*Unknown Cash*) *game* *PUBG Mobile* di Kota Kupang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan sampel populasi sebanyak 112 orang. Analisis data digunakan analisis deskriptif (dan analisis inferensial (Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Pengujian Hipotesis).

Hasil analisis data secara deskriptif menunjukkan bahwa kategori persepsi (XP-5) dari variabel *Word of Mouth* sebesar 71,6%, variabel Pribadi adalah 70,4%, variabel Psikologi adalah 70,2%, dan variabel keputusan pembelian sebesar 72%, semua variabel dikategorikan baik. Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa $Y = 0,453X_1 + 0,283X_2 + 0,035X_3$. Hasil pengujian parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC *PUBG Mobile* (Y). Variabel Pribadi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC *PUBG Mobile* (Y). Variabel Psikologi (X3) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian UC *PUBG Mobile* (Y). Hasil pengujian secara simultan (Uji F) dapat diketahui bahwa variabel *Word of Mouth* (X1), Pribadi (X2) dan Psikologi (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), hasil ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 38,292 dengan signifikan 0,000. Hasil uji Determinasi (R^2) diketahui bahwa kontribusi *Word of Mouth* (X1), Pribadi (X2) dan Psikologi (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,502 atau 50,2%, sisanya 49,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Perusahaan *Tencent Games* perlu lebih memperhatikan *cheater* yang berkeliaran dalam *game* *PUBG Mobile*, agar pemain yang masih setia bermain *PUBG Mobile* dapat meyakinkan pemain *PUBG Mobile* yang telah berhenti untuk bermain kembali.

Perusahaan *Tencent Games* harus lebih menciptakan *item* atau *skin* sesuai dengan perkembangan zaman, agar *item* dan *skin* tersebut lebih menjadi menarik, sehingga dapat mencerminkan gaya hidup pemain yang bersifat aksi dan menantang. Perusahaan *Tencent Games* perlu lebih memperhatikan *item* dan *skin* setiap *season*, sehingga pemain lebih tertarik untuk mempercantik karakter mereka dan lebih sering untuk membeli *item* dan *skin* pada *game* *PUBG Mobile*. Bagi peneliti lainnya, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan yang lebih mendalam.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Pribadi, Psikologi dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS	12
A. Pemasaran	12
B. Keputusan Pembelian.....	15
C. <i>Word of Mouth</i>	23
D. Faktor Pribadi.....	25
E. Faktor Psikologi	27
F. Penelitian Terdahulu	29
G. Kerangka Pemikiran.....	31

H. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	34
C. Jenis Data	35
D. Teknik Pengambilan Data.....	37
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	38
F. Uji Kuesioner	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Karakteristik Responden	48
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	53
C. Analisis Data	56
D. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Harga <i>Unknown Cash (UC)</i>	5
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi <i>UC</i> di Indonesia	6
Tabel 1.3 Jumlah Transaksi <i>UC</i> di Kota Kupang	7
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i>	9
Tabel 3.1 Tabel Variabel Penelitian, Definisi Operasional Indikator, dan Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth (X1)</i>	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pribadi (X2)	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Psikologi	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.11 Kategori Gambaran <i>Word of Mouth (X1)</i>	57
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Pribadi (X2)	58
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Psikologi (X3)	58
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.15 Uji Linearitas	61
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	62

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2 Tahapan Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.3 Model Keputusan Pembelian Kotler dan Amstrong	19
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63