

**PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA VIRTUAL DAN
INTENSI KECANDUAN *GAME ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG *ITEM VIRTUAL* MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN *GAME ONLINE*
MOBILE LEGENDS PADA MAHASISWA
KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH :

VALENTINO IRWANDY NUGU
NIM : 32118030

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

LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA VIRTUAL DAN
INTENSI KECANDUAN *GAME ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG *ITEM VIRTUAL* MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN *GAME ONLINE*
MOBILE LEGENDS PADA MAHASISWA
KOTA KUPANG

Yang diajukan oleh :


Nama : Valentino Irwandy Nugu
NIM : 32118030
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 Nih, SE, M.Si
NIDN: 0818116101

Pembimbing II


Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

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 Keuangan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 23 Juni 2022
Jam : 09.00 – 11.00 Wita
Tempat : Ruangan Kuliah Magister Manajemen
Atas Nama : Valentino Irwandy Nugu
Nomor Registrasi : 32118030
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | |
|---------------|--------------------------------|---------|
| 1 Ketua | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |
| 2 Sekretaris | : Rosadailma Tisu, SE, MM | (.....) |
| 3 Penguji I | : Dr. Henny A. Manafe, SE, MM | (.....) |
| 4 Penguji II | : Maria A. L. Amaral, SE, MM | (.....) |
| 5 Penguji III | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Joni Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua
Program Studi Manajemen

Rosadailma Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Aku Sudah Memulai Dengan Dalam Nama Tuhan Yesus, Aku Tak Boleh
Menyerah Sampai Aku Bisa Mengatakan Puji Tuhan”.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Bapa dan Mama saya yang tercinta, Bapa Onduk Fabianus dan Mama Olifa Suwarni Pepo, yang telah berjuang untuk membiayai dan selalu mendoakan saya hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Kepada saudara yang terkasih, Kakak Iwan Nugu, Hani Nugu dan Widy Nugu yang selalu mendukung dan memotivasi saya untuk tetap semangat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kebaikan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Desain Produk, Harga Virtual, dan Intensi Kecanduan *Game Online* Terhadap Minat Beli Ulang *Item Virtual* Melalui Kepuasan Konsumen *Game Online Mobile Legends* Pada Mahasiswa Kota Kupang ”**. Diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan seperti bimbingan, masukan, semangat, dukungan baik fisik maupun rohani dari berbagai pihak. Oleh karena itu, patut diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan Ibu Maria B. M. G. Wutun, SE, MM, selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi, dan masukan yang sangat membantu.

4. Ibu Dr. Henny A. Manafe, SE, MM selaku dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku pembimbing II yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen lainnya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
7. Ibu Dr. Henny A. Manafe, SE, MM selaku penguji I, Ibu Maria A. L. Amaral, SE, MM selaku penguji II, dan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku penguji III yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan motivasi.
8. Para pegawai Tata Usaha, yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. *Platform Penjualan Item Virtual Oura Store Gaming* yang telah memberikan data penjualan.
10. Kepada kedua orang tua kandung, Bapak Onduk Fabianus dan Ibu Olifa Suwarni Pepo yang telah mendidik dan membesarkan, serta memberi dorongan juga saudara kandung Kakak Iwan nugu, Hani nugu dan Widy nugu atas segala dukungan yang telah diberikan.
11. Kepada teman-teman angkatan Manajemen 18 yang membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Disadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh

karena itu dengan hati yang terbuka akan menerima kritikan dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Desain Produk, Harga Virtual, Dan Intensi Kecanduan *Game Online* Terhadap Minat Beli Ulang Item Virtual Melalui Kepuasan Konsumen *Game Online Mobile Legends* Pada Mahasiswa Kota Kupang” di bawah bimbingan Pak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Rosadlima Tisu, SE, MM selaku pembimbing II.

Perusahaan moonton telah menyelenggarakan tournament agar ekosistem *mobile legend* semakin luas, ada beberapa tournament yang diselenggarakan perusahaan moonton yaitu M World Championship, MPL (*Mobile Legend Profesional League*), MSC (*Mobile Legends Suthest Asian Club*) dan MSL (*Mobile Legend Star League*), (sumber: www.gametweeps.com).

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui persepsi konsumen tentang desain produk, harga virtual, intensi kecanduan *game online*, kepuasan konsumen dan gambaran minat beli ulang *item virtual game mobile legends* pada mahasiswa kota Kupang. (2) untuk mengetahui signifikansi pengaruh desain produk, harga virtual, intensi kecanduan *game online mobile legends* terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa kota Kupang. (3) untuk mengetahui signifikansi pengaruh desain produk, harga virtual, intensi kecanduan *game online mobile legends* terhadap minat beli ulang *item virtual game mobile legends* pada mahasiswa kota Kupang. (4) untuk mengetahui signifikansi kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang *item virtual game mobile legends* pada mahasiswa kota Kupang. (5) untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen memediasi desain produk, harga virtual, intensi kecanduan *game online mobile legends* terhadap minat beli ulang pada mahasiswa kota Kupang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Perguruan Tinggi Kota Kupang yang bermain *game online mobile legends*. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 20 indikator dan dikalikan 6, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik analisis data adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa desain produk berada pada skor 85% dengan predikat sangat baik, harga virtual 71% dengan predikat baik, intensi kecanduan *game online* 57% dengan predikat cukup baik, kepuasan konsumen 73% dengan predikat baik, dan minat beli ulang 70% dengan predikat baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa: (1) desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (2) harga virtual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (3) intensi kecanduan *game online* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (4) desain produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang *item virtual game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (5) harga virtual berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang *item virtual game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (6) intensi kecanduan *game online* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang *item virtual game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (7) kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang *item virtual game online mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang; (8) kepuasan konsumen memediasi desain produk, harga virtual, intensi kecanduan *game online* terhadap minat beli ulang *item virtual game mobile legends* pada mahasiswa Kota Kupang.

Disarankan Perusahaan *game online mobile legends* (Moonton) perlu memperhatikan penetapan harga *item virtual game mobile legends* dan memperhatikan desain pada *game mobile legends*.

Kata Kunci: Desain Produk, Harga Virtual, Intensi Kecanduan *Game Online*, Kepuasan Konsumen, Dan Minat Beli Ulang

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	15
A. Pemasaran	15
B. Minat Beli Ulang.....	19
C. Kepuasan Konsumen.....	21
D. Desain Produk	26
E. Harga virtual.....	28
F. Intensi Kecanduan Game Online	31

G. Penelitian Terdahulu	41
H. Kerangka Pemikiran.....	42
I. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Waktu dan Tempat Penelitian	47
B. Populasi dan Sempel	47
C. Jenis Data	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	50
F. Analisis Data	52
G. Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN	
A. Karakteristik Responden	60
B. Analisis Statistik Deskriptif	63
C. Analisis Statistik Inferensial (SEM-Partial Least Square (PLS)).....	68
D. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	75
E. Pengujian Hipotesis dengan Bootstrapping	77
F. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Item Virtual Mobile Legends 2019-2021	5
Tabel 1.2 Data Perbandingan Desain Produk panda Game Online Free Fire, PUBG, dan Mobile Legends.....	6
Tabel 1.3 Data Perbandingan Harga Item Virtual <i>Game Online</i> Free Fire, PUBG,dan Mobile Legend	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ..	51
Tabel 3.2 Predikat dan Rentang Nilai Uji Deskriptif.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Desain Produk (X1)	64
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga Virtual (X2).....	65
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Intensi Kecanduan <i>Game</i> (X3).....	66
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y1)	67
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y2)	68
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Outer Loadings (Measurement)</i>	71
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	72
Tabel 4.12 Average Variance Extracted (AVE)	73
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	74
Tabel 4.14 Nilai Cronbach's Alpha	75
Tabel 4.15 Nilai R Square.....	76
Tabel 4.16 <i>Path Coefficients</i>	78
Tabel 4.17 <i>Specific Indirect Effects</i>	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Perbandingan Pengunjung Game Online.....	7
Gambar 2.1 Customer Satisfaction Model.....	25
Gambar 2.2 Skema Kerangka Berpikir	44
Gambar 3.1 Diagram Jalur	55
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Model Bagian Luar (<i>Outer Model</i>).....	70
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i> , Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	96
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 3. Deskriptif Desain Produk (X1).....	105
Lampiran 4. Analisis Deskriptif Harga Virtual (X2)	109
Lampiran 5. Analisis Deskriptif Intensi Kecanduan <i>Game Online</i> (X3).....	113
Lampiran 6. Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y1)	117
Lampiran 7. Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang (Y2)	121
Lampiran 8. Diagram Jalur PLS Model Bagian Luar (<i>Outer Model</i>)	125
Lampiran 9. Hasil Analisis <i>Outer Loading (measurement model)</i>	126
Lampiran 10. <i>Discriminant Validity</i>	127
Lampiran 11. Average Variance Extracted, Reliability and cronbach alpha ..	128
Lampiran 12. Nilai <i>R-Square</i>	129
Lampiran 13. <i>Path Coefficient</i> Uji Inner Model (Uji Bagian Dalam)	130
Lampiran 14. <i>Path Coefficients</i>	131
Lampiran 15. <i>Bootstrapping</i>	132
Lampiran 16. <i>Specific Indirect Effects</i>	133