

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*, DAN *SOCIAL VALUE*
TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL***

**(Studi Pada Mahasiswa Pemain Game Mobile Legend Program Studi Manajemen di
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Muhammad Ayoung Suwarno

N I M : 17414579

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*, DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL*

(Studi Pada Mahasiswa Pemain Game Mobile Legend Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Muhammad Ayoung Suwarno

N I M : 17414579

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Functional Value*, *Emotional Value*, dan *Social Value* terhadap *Intent to Purchase Item Virtual* (Studi pada mahasiswa pemain game Mobile Legend Program Studi Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Muhammad Ayoung Suwarno

NIM : 17414579


Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 23 April 1999

Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 14 Februari 2022

Pembimbing I


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

Pembimbing II



Sri Hartono, S.E., M.M
NIDN : 0730127002


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIP.19760508 200501 11

Dosen Penguji


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601


Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN : 0727118803


Riawan, S.Pd., MM
NIDN. 0705128502

PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*, DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL*

(Studi Pada Mahasiswa Pemain Game Mobile Legend Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Muhammad Ayoung Suwarno

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Functional Value*, *Emotional Value*, dan *Social Value* terhadap *Intent to Purchase Item Virtual* pada pemain game Mobile Legend Prodi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa pemain game Mobile Legend prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *snowball sampling* sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang responden.

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana peneliti menyebar kuesioner untuk pengambilan data. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) *Functional Value* (X_1) berpengaruh terhadap *Intent to Purchase Item Virtual* (Y). (2) *Emotional Value* (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Intent to Purchase Item Virtual* (Y). (3) *Social Value* (X_3) berpengaruh terhadap *Intent to Purchase Item Virtual* (Y).

Kata Kunci : *functional value; emotional value; social value; purchase intention*

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 14 Februari 2022



Muhammad Ayoung Suwarno

MOTTO

“ Perlakukan orang sebagaimana kamu ingin diperlakukan ”

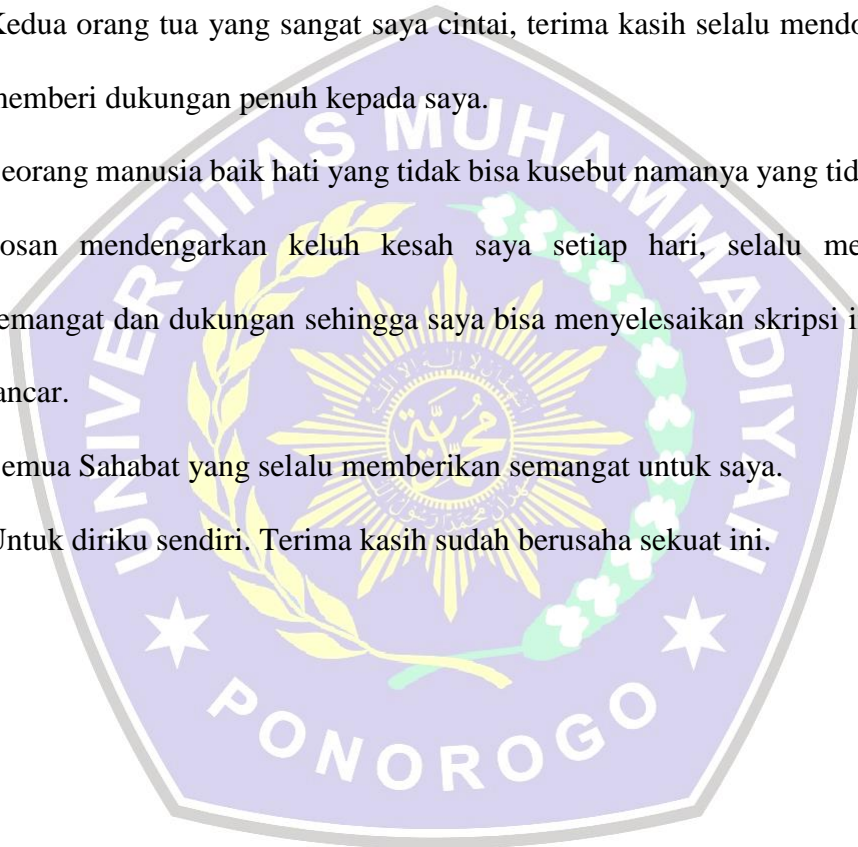
“ HIDUP SEPERTI LARRY “



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada saya, akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang tidak pernah terhitung nikmat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, terima kasih selalu mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada saya.
3. Seorang manusia baik hati yang tidak bisa kusebut namanya yang tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah saya setiap hari, selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
4. Semua Sahabat yang selalu memberikan semangat untuk saya.
5. Untuk diriku sendiri. Terima kasih sudah berusaha sekuat ini.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE, DAN SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL* (Studi Pada Mahasiswa Pemain Game Mobile Legend Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku rector Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan juga sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M selaku ketua program studi Manajemen.
4. Bapak Sri Hartono, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis.

5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan teori yang bermanfaat kepada penulis.
6. Orang tua yang selalu memberikan doa kepada penulis.
7. Orang-orang baik yang selalu mendoakan dan mensupport penulis.
8. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen G 2017 yang telah bersama-sama berjuang selama kuliah.
9. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk bantuan dan dukungannya selama ini sehingga dapat terselesainya karya ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang mememanfaatkannya.

Ponorogo, 14 Februari 2022

Penulis

Muhammad Ayoung Suwarno

NIM. 17414579

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Pemasaran	10
2. Perilaku Konsumen	14
3. Pemasaran Digital	22
4. Online Games.....	23
5. Item Virtual	25
6. Intent to Purchase Item Virtual	26
7. Functional Value	27
8. Emotional Value.....	30
9. Social Value	33
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	38
D. Hipotesis	39
BAB III	44
A. Objek Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel Penelitian	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44

C. Metode Pengambilan Data.....	46
D. Definisi Operasional Variabel	46
E. Metode Analisis Data.....	47
F. Uji Persyaratan Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reabilitas.....	48
3. Regresi Linier Berganda	48
4. Koefisien Determinasi.....	49
G. Uji Hipotesis.....	49
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	49
2. Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	50
BAB IV	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Deskripsi Umum Responden	54
1. Jenis Kelamin Responden	55
2. Usia Responden.....	56
3. Tahun Angkatan	57
4. Uang Saku Perbulan.....	57
5. Kegiatan Pembelian	58
C. Karakteristik Jawaban Responden	59
1. Functional Value (X_1).....	59
2. Emotional Value (X_2).....	62
3. Social Value (X_3).....	64
4. Intent to Purchase Item Virtual (Y).....	66
D. Analisis Data.....	68
a. Uji Instrumen Data.....	68
b. Alat Analisis Data	70
E. Uji Hipotesis	72
1. Uji t (parsial)	72
2. Uji F (Simultan)	74
F. Pembahasan	75
1. Pengaruh Functional Value terhadap Intent to Purchase Item Virtual.....	75
2. Pengaruh Emotional Value terhadap Intent to Purchase Item Virtual	76
3. Pengaruh Social Value terhadap Intent to Purchase Item Virtual.....	77

4. Pengaruh Functional Value, Emotional Value, & Social Value terhadap Intent to Purchase Item Virtual.....	78
BAB V	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	37
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. . Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	57
Tabel 6. Uang Saku Perbulan	57
Tabel 7. Kegiatan Pembelian	58
Tabel 8. Tabel 8. Karakteristik jawaban responden terhadap variabel Functional Value (X1)	60
Tabel 9. Karakteristik jawaban responden terhadap variabel Emotional Value (X2)	62
Tabel 10. Karakteristik jawaban responden terhadap variabel Social Value (X3)....	64
Tabel 11. Karakteristik jawaban responden terhadap variabel Intent to Purchase Item Virtual (Y).....	66
Tabel 12. Hasil Uji Validitas	69
Tabel 13. Uji Reliabilitas	70
Tabel 14. Hasil Analisis Linier Berganda.....	71
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 16. Hasil Uji t.....	73
Tabel 17. Hasil Uji f	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan awal game Mobile Legend	6
Gambar 2. Modifikasi Model Perilaku Pembelian	16
Gambar 3. Kerangka konseptual pemikiran	39
Gambar 4. Contoh Skin Mobile Legend	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	84
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	88
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	89
Lampiran 4. Uji Instrumen Data	94
Lampiran 5. Alat Analisis Data.....	99
Lampiran 6. Uji Hipotesis.....	99
Lampiran 7. Tabel R, T, F.....	101
Lampiran 8. Berita Acara Bimbingan	103

