

**PENGARUH GAMIFIKASI DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
MINAT BELI STEAM (GAME DIGITAL)**

**SKRIPSI**



Oleh:

Devina Aprilia Rahardjo

**NPM. 13012010039/EM/FEB**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN****SKRIPSI****PENGARUH GAMIFIKASI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI STEAM  
(GAME DIGITAL)**


Disusun Oleh :

**DEVINA APRILIA RAHARDJO**  
**18012010089/FEB/EM**

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 13 Januari 2023

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama

  
**Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.****NIP. 196206161989032001**  
**Rizky Dermawan, S.E., M.M.****NIP. 197210042001121001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

  
**Dr. Dra. Ec. TRI KARTIKA PERTIWI, M.Si, CRP****NIP. 196304201991032001**

10 JAN 2023

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devina Aprilia Rahardjo

NPM 18012010089

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

### **PENGARUH GAMIFIKASI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PLATFORM DISTRIBUSI GAME DIGITAL STEAM).**

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 13 Januari 2023

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Rizky Dermawan, S.E, M.M

NIP.197210042001121001



Penulis

Devina Aprilia Rahardjo

NPM. 18012010089

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan berkat dan restuNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik.

Proposal penelitian ini disusun sebagai permohonan untuk menyusun skripsi S-1 pada Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Skripsi merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Proposal penelitian ini agaknya dapat tersusun sedemikian rupa sehingga, tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Sulastri Irbayuni, M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jatim
3. Rizky Dermawan, S.E., M.M selaku Pembimbing Skripsi
4. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Papa dan Mama atas kesabaran, doa, nasehat dan dukungan yang telah diberikan selama ini
6. Wahdhaniyah Auliya, Fierbiarta Mondieloga, dan Eka Dewi sebagai sahabat perkuliahan.
7. Dota 2, STEAM, dan teman-teman Rakuzan High School sebagai sumber inspirasi dan responden selama pengerjaan penelitian ini.
8. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan anugerah kasihnya yang begitu besar dalam hidup saya.

Penulis berharap proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan dengan penulisan proposal penelitian ini.

Surabaya, 28 Maret 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Akademik.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.2. Tinjauan Pustaka.....	15
2.2.1. Pemasaran Digital .....	15
2.2.1. Gamifikasi.....	18
2.2.2. Brand Image.....	22
2.2.3. Minat Beli .....	25
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.3.1. Hubungan Antara Gamifikasi Dengan Minat Beli.....	27
2.3.2. Hubungan Antara Brand Image Dengan Minat Beli.....	28
2.4. Kerangka Konseptual.....	29
2.5. Hipotesis .....	29
BAB III .....	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.1.1. Gamifikasi (X1) .....	30
3.1.2. Brand Image (X2) .....	30
3.1.3. Minat Beli (Y).....	31
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	31

3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel.....	31
3.3. Jenis Data Dan Sumber Data .....	32
3.3.1. Jenis Data.....	32
3.3.2. Sumber Data.....	33
3.3.3. Pengumpulan Data .....	33
3.4. Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	33
3.4.1. Pengertian Partial Least Square (PLS).....	33
3.4.2. Model Indikator Partial Least Square (PLS).....	34
3.4.3. Fungsi Partial Least Square (PLS).....	37
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.3 Deskripsi Variabel .....	43
4.4 Interpretasi Hasil PLS .....	50
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
4.1 Kesimpulan .....	59
4.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Jumlah Pengakses Steam Januari 2022.....	3
Gambar 1.2 Statistik Pengguna Bulanan STEAM.....	4
Gambar 1.3 Daftar 8 PSE yang Diblokir oleh Kominfo.....	4
Gambar 1.4 Daftar Game yang akan Dirilis dengan Peminat Terbanyak di Steam .....	6
Gambar 1.5 Daftar Game dengan Jumlah Kepemilikan Terbanyak.....	7
Gambar 1.6 Review Perbandingan Steam dengan Epic Games .....	8

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner.....	64
Lampiran 2. Tabulasi.....	70
Lampiran 3. Outer Loading.....	71
Lampiran 4. Outer Weight.....	71
Lampiran 5. Cronbachs Alpha.....	72
Lampiran 6. Average Variance Extracted.....	72
Lampiran 7. Composite Reliability.....	72