

**“PENGARUH GAME SATISFACTION, CHARACTER IDENTIFICATION, FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE, SOCIAL VALUE DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP REPURCHASE INTENTION VIRTUAL**

**ITEM PADA ONLINE MOBILE GAME”**

(Studi Kasus: Mobile Legends  
Bang Bang di Indonesia)

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Magister**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**ISTİYANI**

**NPM:20061020017**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN “  
JAWA TIMUR  
2023**

**PENGARUH GAME SATISFACTION, CHARACTER IDENTIFICATION,  
FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE, SOCIAL VALUE DAN  
MOTIVASI HEDONIS TERHADAP REPURCHASE INTENTION  
VIRTUAL ITEM PADA ONLINE MOBILE GAME  
(Studi Kasus Mobile Legends Bang Bang di Indonesia)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**ISTİYANI**

**NPM : 20061020017**

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 14 Juli 2023 dan dinyatakan telah  
Memenuhi syarat untuk diterima

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Pembimbing I**

**Anggota Dewan Penguji**

**Dr. Eko Purwanto, M.Si.**  
NIP. 19590329 198703 1001

**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S., CHRA.**  
NIP. 19590701 198703 1001

**Pembimbing II**

**Dr. Dra. Ignatia Martha H., M.E.**  
NIP. 19670301 199103 2001

**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.**  
NIP. 19690113 202121 2003

**Surabaya, Agustus 2023**

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

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP**  
NIP. 19630420 1991203 2001

## PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan,serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, Agustus 2023.



Istiyani

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan berjudul “Pengaruh *Game Satisfaction, Character Identification, Functional Value, Emotional Value, Social Value*, Motivasi hedonis Terhadap *Repurchase Intention Virtual Item* Pada *Online Mobile Game* (Studi Kasus: *Mobile Legends Bang Bang* di Indonesia)” sebagai syarat memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa didalam penyusunan tesis ini telah mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan saran, dorongan serta *support* hingga terselesainya tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada:

1. Dr. Eko Purwanto, M.Si. selaku Pembimbing I yang sabar membimbing dan mengarahkan, bersedia meluangkan waktu demi terselesainya tesis ini.
2. Dr.Dra. Ignatia Martha Hendrati., M.E., selaku Pembimbing II yang senantiasa dengan segala kebaikan hati dan kesabaran membimbing dan mengarahkan dalam menyusun tesis ini agar terselesaikan dengan baik.
3. Dr.Drs.Ec Gendut Sukarno, MS, selaku ketua penguji yang sabar membimbing dan mengarahkan dalam menyusun tesis ini.
4. Dr. Wiwik Handayani,S.E., M.Si., selaku penguji yang sabar membimbing dan mengarahkan dalam menyusun tesis ini.
5. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor

Univesritas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Para dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
9. Kedua orangtua “Bapak Sugiyanto dan ibu Koriah” serta saudara “Eko Sri Wahyuni dan Muslimah” dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini hingga tuntas.
10. Pasangan saya “Ade Rizky” yang senantiasa menemani dan memberikan doa serta semangat kepada penulis selama penyusunan tesis ini.

Tesis ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman penulis. Sehingga untuk menyempurnakannya, saran dan kritik yang membangun dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan senang hati dapat diterima. Harapan penulis semoga penelitian ini memberikan manfaat dalam membangun keilmuan, masyarakat, bangsa dan negara.

Surabaya, Agustus 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Abstrak.....	xi
<i>Abstract</i> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Telaah Teoritis .....	20
2.2.1 Pemasaran Internasional.....	20
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	32
2.2.3 Pemasaran Digital .....	42
2.2.4 Game Online .....	43
2.2.5 Item Virtual .....	44
2.2.6 Repurchase intention Item Virtual.....	45
2.2.7 Game Satisfaction .....	47
2.2.8 Identifikasi Karakter.....	48
2.2.9 Functional Value.....	49
2.2.10 Emotional Value .....	50
2.2.11 Social Value .....	51
2.2.12 Motivasi Hedonis.....	52
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	54
2.4 Kerangka Penelitian.....	55
2.5 Hipotesis .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	60
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	61

3.2.1	Variabel Bebas .....	61
3.2.2	Variabel Terikat .....	66
3.3	Populasi dan Sampel .....	67
3.3.1	Populasi.....	67
3.3.2	Sampel .....	67
3.4	Teknik Pengambilan Data .....	69
3.5	Teknik Analisis Data .....	70
3.5.1	Skala Pengukuran Variabel .....	70
3.5.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	71
3.5.3	Outer Model.....	72
3.5.4	Inner Model .....	74
3.5.5	Analisis Jalur (Path Analysis) .....	75
3.5.6	Pengujian Hipotesis.....	75
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	77
4.2	Deskripsi Penelitian .....	80
4.2.1	Karakteristik Responden .....	80
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	85
4.4	Analisis Data.....	99
4.4.1	<i>Outer Model</i> .....	99
4.4.2	<i>Inner Model</i> .....	104
4.4.3	Uji Hipotesis .....	106
4.5	Pembahasan.....	110
4.5.1	Pengaruh Game Satisfaction Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	110
4.5.2	Pengaruh Identification Character Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	112
4.5.3	Pengaruh Functional Value Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	115
4.5.4	Pengaruh Emotional value Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	117
4.5.5	Pengaruh Social value Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	119
4.5.6	Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Repurchase intention Item Virtual.....	122
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>125</b>
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Keterbatasan dan Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>129</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>		<b>133</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sepuluh peringkat tertinggi harga virtual item .....	7
Tabel 3.1 Skor Berdasarkan Skala Likert.....	71
Tabel 4.1 Jumlah responden berdasarkan kelamin .....	80
Tabel 4.2 Jumlah responden berdasarkan usia .....	81
Tabel 4.3 Jumlah responden berdasarkan pekerjaan .....	82
Tabel 4.4 Jumlah rsponden berdasarkan domisili .....	83
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan.....	84
Tabel 4.6 Deskripsi Game Satisfaction .....	85
Tabel 4.7 Deskripsi Identification Character.....	87
Tabel 4.8 Deskripsi Functional Value.....	89
Tabel 4.9 Deskripsi Emotional Value .....	91
Tabel 4.10 Deskripsi Social Value .....	93
Tabel 4.11 Deskripsi Motivasi Hedonis .....	95
Tabel 4.12 Deskripsi Repurchase intention Item Virtual.....	97
Tabel 4.13 Nilai Convergent Validity .....	100
Tabel 4.14 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	101
Tabel 4.15 Nilai Loading Silang (cross loading).....	102
Tabel 4.16 Nilai Uji Reliabilitas.....	103
Tabel 4.17 Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen.....	104
Tabel 4.18 <i>Predictive Relevance</i> .....	105
Tabel 4.19 Model Fit .....	106
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis .....	107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Modifikasi Model Perilaku pembelian Kotler & Keller.....	35
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	58
Gambar 4.1 Logo Moonton .....	79
Gambar 4.2 Logo MLBB.....	79
Gambar 4.3 Model Penelitian.....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	134
Lampiran 2 Hasil Olah Data .....	144
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	151

**“PENGARUH GAME SATISFACTION, CHARACTER  
IDENTIFICATION, FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE,  
SOCIAL VALUE DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP  
REPURCHASE INTENTION VIRTUAL  
ITEM PADA ONLINE MOBILE GAME  
(Studi Kasus: Mobile Legends  
Bang Bang di Indonesia)**

**ISTIYANI  
NPM:20061020017**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh game satisfaction, character identification, functional value, emotional value, social value, dan motivasi hedonis terhadap minat beli ulang virtual item pada online mobile game bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) yaitu Mobile Legends Bang Bang di Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini seluruh pemain game MLBB di Indonesia, untuk sampel penelitian adalah gamer yang pernah melakukan pembelian virtual item pada game MLBB di Indonesia. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebesar 105 responden, dengan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampelnya. Penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Squares (PLS).

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian dengan menggunakan analisis Partial Least Squares (PLS) menunjukkan bahwa: (1) game satisfaction berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*, (2) Character identification berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*, (3) functional value berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*, (4) emotional value berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*, (5) social value berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*, (6) motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap *repurchase intention virtual item*. Nilai R Square pada *repurchase intention virtual item* dapat dijelaskan sebesar 80% oleh konstruk game satisfaction, character identification, functional value, emotional value, social value dan motivasi hedonis, sisanya dapat dijelaskan oleh konstruk lain tidak termasuk dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci: Kepuasan Game, Identifikasi Karakter, Consumption Value, Motivasi Hedonis, Niat Beli Ulang Virtual Item.**

**“PENGARUH GAME SATISFACTION, CHARACTER  
IDENTIFICATION, FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE,  
SOCIAL VALUE DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP  
REPURCHASE INTENTION VIRTUAL  
ITEM PADA ONLINE MOBILE GAME  
(Studi Kasus: Mobile Legends  
Bang Bang di Indonesia)**

**ISTIYANI  
NPM:20061020017**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of game satisfaction, character identification, functional value, emotional value, social value, and hedonic motivation on the intention to repurchase virtual items in the online mobile game with the Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) genre, namely Mobile Legends Bang Bang in Indonesia.*

*The population in this study are all MLBB game players in Indonesia, for the research sample are gamers who have purchased virtual items in MLBB games in Indonesia. The number of respondents taken in this study amounted to 105 respondents, with purposive sampling as the sampling technique. This study uses Partial Least Squares (PLS) analysis.*

*Based on data analysis and research results using Partial Least Squares (PLS) analysis shows that: (1) game satisfaction has a positive effect on repurchase intention virtual items, (2) Character Identification has a positive effect on repurchase intention virtual items, (3) functional value has an effect positive value on virtual item repurchase intention, (4) emotional value has a positive effect on virtual item repurchase intention, (5) social value has a positive effect on virtual item repurchase intention, (6) hedonic motivation has a positive effect on virtual item repurchase intention. The R Square value on repurchase intention virtual items can be explained by 80% by game construct satisfaction, character identification, functional value, emotional value, social value and hedonic motivation, the rest can be explained by other constructs not included in this research model*

**Keywords: Satisfaction Game, Character Identification, Consumption Value, Hedonic Motivation, Intention to Repurchase Virtual Items.**