

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pemain Game Online VALORANT Di Kota Surabaya)

SKRIPSI



OLEH:

Raihan Hafifi
19042010106

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pemain Game Online VALORANT Di Kota Surabaya)

Disusun Oleh:

RAIHAN HAFIFI
NPM. 19042010106

Telah disetujui untuk melakukan ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Nurul Azizah S.A.B, M.AB
NPT. 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pemain Game Online VALORANT Di Kota Surabaya)

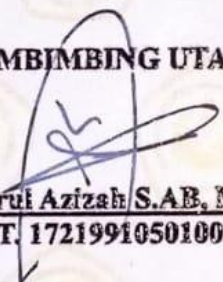
Disusun Oleh:

RAIHAN HAFIFI
NPM. 19042010106

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 19
September 2023

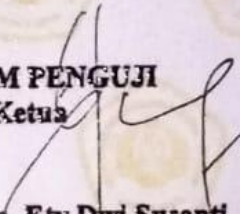
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

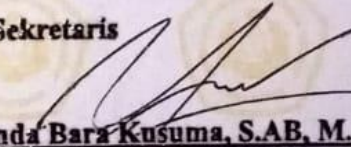

Nurul Azizah S.AB, M.AB
NPT. 17219910501002

TIM PENGUJI

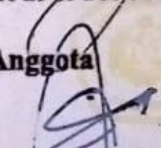
1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 19680501199403200

2. Sekretaris



Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

3. Anggota


Nurul Azizah S.AB, M.AB
NPT. 17219910501002

Mengetahui

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raihan Hafifi
NPM : 19042010106
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Adminsitration Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas
Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai
Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pemain
Game Online VALORANT Di Kota Surabaya).

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 22 September 2023
Yang menyatakan




Raihan Hafifi
NPM. 19042010106

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat, Hidayah dan Inayah- Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pemain Game Online Valorant Di Kota Surabaya)". Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Ibu Nurul Azizah, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S. Sos, M.A selaku ketua program studi Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materil sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
5. Saudara dan teman – teman yang sudah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, sehingga terjadi kesempurnaan dalam penulisan proposal skripsi ini.

Surabaya, 22 September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN... ..	1
1.1 Latar Belakang... ..	1
1.2 Rumusan Masalah.	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA... ..	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kajian Pustaka.....	17
2.2.1 Atribut Produk.....	17
2.2.2 Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.3 Loyalitas Konsumen.....	24
2.3 Kerangka Berpikir... ..	30
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode dan Jenis Penelitian... ..	42
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel... ..	42
3.2.1 Definisi Operasional... ..	42
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	45
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel... ..	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel... ..	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data... ..	47
3.4.1 Jenis Data.....	47

3.4.2 Sumber Data...	48
3.4.3 Teknik Pengambilan Data...	48
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis...	49
3.5.1 Teknik Analisis	49
3.5.1.1 Uji Validitas...	49
3.5.1.2 Uji Reliabilitas...	50
3.5.2 Uji Asumsi Klasik...	51
3.5.2.1 Uji Normalitas...	51
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas...	51
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas...	52
3.6 Uji Statistik...	53
3.6.1. Uji t (Parsial)...	53
3.6.2 Uji Koefisien Determinan (R ²)	53
3.7 Uji Hipotesis...	54
3.7.1 Analisis Jalur (Path Analysis)...	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	57
4.1.1.2 Logo Perusahaan.....	59
4.1.2 Penyajian Data.....	60
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	60
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	62
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	71
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	71
4.2.1.1 Uji Validitas.....	71
4.2.1.2 Uji Reabilitas.....	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.2.1 Uji Nomalitas.....	73
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	74
4.2.2.3 Uji Heterokdastisitas.....	75
4.2.3 Analisis Jalur dan Uji Hipotesis.....	76

4.2.3.1 Sub Struktur 1.....	76
4.2.3.2. Sub Struktur 2.....	79
4.3 Pembahasan.....	86
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).	86
4.3.2 Pengaruh Fitur Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	88
4.3.3 Pengaruh Gaya dan Desain Produk (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	89
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	91
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).	94
4.3.6 Pengaruh Fitur Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	96
4.3.7 Pengaruh Gaya dan Desain Produk (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	98
4.3.8 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	99
4.3.9 Pengaruh Fitur Produk Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	100
4.3.10 Pengaruh Gaya dan Desain Produk (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA... ..	107
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Popularitas <i>Game Online</i> PC per September 2022	7
Tabel 1.2 Keterangan Item Champions 2022 Bundle Collection	8
Tabel 1.3 Efek Tambahan Champions 2022 Bundle Collection.....	10
Tabel 3.1 Kuesioner Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasar Lama Bermain Game dalam Seminggu.....	62
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	63
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Fitur Produk (X2).....	64
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Gaya dan Desain Produk (X3).....	66
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	68
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	69
Tabel 4.11 Uji Validitas.....	71
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4.15 Uji t Struktur 1.....	77
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	78
Tabel 4.17 Uji t Sub Struktur 2.....	78
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Statistik pengguna Game VALORANT.....	3
Gambar 1.2 VALORANT Champions 2022 Bundle Skin.....	6
Gambar 1.3 Tampilan Sebelum dan Sesudah menggunakan <i>skin</i>	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4.1 Logo Riot Games.....	59
Gambar 4.2 Logo Valorant.....	59
Gambar 4.3 Uji Normalitas.....	74
Gambar 4.4 Diagram Scatterplot.....	76
Gambar 4.5 Analisis Jalur.....	81

ABSTRAK

Riot Games merupakan salah satu Perusahaan pengembang video *game* yang berhasil mengembangkan *game First Person Shooter (FPS)* dengan nama “Valorant”. Meski terbilang baru, *game* ini berhasil menarik perhatian para penggemar FPS. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh atribut-atribut produk seperti kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk terhadap loyalitas pemain Valorant di Kota Surabaya melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menerapkan teknik purposive sampling dengan kriteria populasi yang terdiri dari usia 17 tahun ke atas, berdomisili di Kota Surabaya, dan bermain dan membeli item virtual di *Game Valorant* dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan via online. Teknik pengujian data menggunakan metode analisis jalur (path analysis) serta diolah menggunakan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*). Menurut temuan penelitian ini, variabel kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk semuanya memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kepuasan konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas produk tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel fitur produk serta gaya dan desain produk berdampak pada loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fitur Produk, Gaya dan desain Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Riot Games, a video game development company that has successfully created a First Person Shooter (FPS) game called "Valorant". Despite being relatively new, this game has managed to capture the interest of FPS enthusiasts. The purpose of this research was to investigate the impact of product attributes - namely quality, features and design - on Valorant player loyalty in Surabaya City, with customer satisfaction serving as the mediator variable. A descriptive quantitative approach was used for this study. This research employs the purposive sampling technique, selecting a population aged 17 years and over who reside in Surabaya City and have bought or played virtual items in Valorant Game in the past two years. A sample of 100 participants was obtained. Data was collected through distributing an online questionnaire. Path analysis was used to test the data, and the results were analysed using the SPSS programme. Specifically, customer satisfaction has a significant impact on customer loyalty. However, product quality does not significantly impact customer loyalty. The study's findings indicate that product quality, product features and product style and design significantly influence customer satisfaction and loyalty. It is noteworthy that product features and style and design have a considerable impact on customer loyalty.

Keywords: *Product Quality, Product Features, Product Style and Design, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*