

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. 2021. *Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi*. Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>.
- Angelica, V., & Hadi, M. 2024. *Pengaruh Hedonic Motivation Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Starbucks Outlet Ijen Kota Malang*. JMA (Jurnal Media Akademik), 2(12), 3031–5220.
- Anggoro, D. D., Wiguna, P., Abipasta, J., Nurjanah, E. P., & R.R Widodasih, W. K. 2024. *Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee Di Jakarta Timur)*. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10(1), 569–580. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2019>.
- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. 2023. *Strategi Pengembangan Bisnis*. Cilacap: Journal Corner and Publishing.
- Amruddin, Priyandi, R., Agustina, tri S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiana, S., & Wacaksono, D. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In Sukoharjo: CV Pradina Pustaka (p. 46).
- APJII. 2024. *Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. 2025. *Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Apriyanto, D., Nugroho, T., & Rahmadani, I. 2023. *Generasi Z dan transformasi Perilaku konsumsi digital di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Digital, 4(1), 22–34.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. 2025. *Jumlah Penduduk Kota Surabaya Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Tahun 2024*. Jakarta: BPS.

- Backlinko. 2025. *Roblox Usage Statistics: Growth, Revenue, and Player Data 2021–2025*. Diakses 5 November dari <https://backlinko.com/roblox-stats>.
- Business Research Insights. 2025. *Global Virtual Goods Market Size, Share, and Forecast 2025–2035*. Diakses 15 Oktober dari <https://www.businessresearchinsights.com>.
- Dhatu Pranakaa, A. 2022. *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Pembelian Ulang Online*. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 92–105.
- Emi, F., & Akmal, N. 2024. *Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Pengalaman Konsumen*. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(2), 101–113.
- Faradisa, R. A., Putri, R. M., & Mahmud, A. 2024. *Pengaruh Motivasi Hedonis, Nilai Fungsional, Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 178–190
- Febriyanti, E., & Irmawanti, A. 2024. *Nilai Fungsional Dan Nilai Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6(3), 232–240.
- Ferdiansyah. M. I., & Suryawirawan. O. A, 2024. *Emotional Value, Social Value, Connectedness Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Merchandise Dan Rilis Fisik Band Hardcore*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(3), 211–230. <https://doi.org/10.53916/jeb.v18i3.90>
- GoodStats. 2024. *Statistik Penggunaan Internet dan Pasar Game Online di Indonesia Tahun 2024*.
- Hofstetter, R. 2024. *Digital Identity and Social Approval in Virtual Economies*. *Journal of Interactive Marketing*, 68, 45–57.
- Imran, S, M., Ramli, A., Hasbiah, S., Riu, I, A., & Abadi, R, R. 2025. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli Ulang Melalui Perceived Value Konsumen Produk Skintific*. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 305–324.

<https://doi.org/10.61132/rimba.v3i3.2058>

- Jati. V. t., Lukitaningsih. A., & Ningrum. K. N. 2022. *Analisis Nilai Sosial, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, Kepuasan, dan Identifikasi Karakter yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Barang Virtual Pada Game Online: Studi Kasus Pemain di Indonesia yang Menggunakan Barang Virtual pada Game Online MMOSG Audition AyoDance*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4 (4), 1100-1119.
- Kaczmarek, K. 2022. *Hedonic Motivation and Consumer Satisfaction in Online Purchase Behavior*. Journal of Consumer Psychology, 40(2), 321–337.
- Kala'lembang, A. (2022). *Pengaruh hedonic value dan utilitarian value terhadap niat beli konsumen melalui trust sebagai variabel intervening pada online shop Shopee*. Journal of Business and Applied Management, 15(1), 49–60
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernerv, A.2022. *Manajemen Pemasaran (16th ed.)*. Pearson.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. 2021. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee*. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 1(2), 106–118.
- Mason, M. C., Moretti, A., & Raggiotto, F. 2023. *Effect of Consumption Values on Consumer Behavior: A Meta-Analysis*. Management Research Review, 46(7), 923–941.
- Megasari, C., Latif, B. S. 2022. *Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang*.
- Muchammad Ilham Ferdiansyah, & Okto Aditya Suryawirawan. 2024. *Emotional Value, Social Value, Connectedness Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Merchandise Dan Rilis Fisik Band Hardcore*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 18(3), 211–230. <https://doi.org/10.53916/jeb.v18i3.90>
- Muskar, Y. A., & Rosyad, Y. S. 2024. *Validitas Dan Reliabilitas Depression Anxiety Stress Scale For Youth (DASS-Y) Versi Bahasa Indonesia*. Informasi Dan Promosi Kesehatan, 3(1), 23–29.

<https://doi.org/10.58439/ipk.v3i1.215>

Novitasari, E., & Vedy, N. K. 2023. *Efek Nilai Emosional Dan Nilai Fungsional Dalam Mendorong Peningkatan Loyalitas Konsumen*. Journal of Management and Industrial Engineering (JMIE), 2(2003), 60–66.

Pasaribu, B. S. 2022. *Metodologi Penelitian. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/12345689/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/12345689/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf).

Putri, D. R., & Suhartono, B. 2023. *Analisis uji F dan uji t dalam penelitian sosial kuantitatif*. Jurnal Statistika dan Metodologi, 7(1), 45–59.

Putri, R. M., Mahmud, Anomsari, A., & Purwatiningsih, A. P. 2024. *Pengaruh Harga Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Indomaret Di Semarang*. Jurnal Maneksi, 13(3), 748–764.

Pranatika, D., & Albari, M. 2022. *Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap minat beli ulang produk digital melalui motivasi hedonis*. Jurnal Pemasaran Modern, 8(2), 99–110.

Priansa, D. J. 2022. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Roblox Corporation. 2025. *Roblox Annual Report and 10-K Form 2025*. Diakses 8 November dari <https://corp.roblox.com/investor-relations>.

Satriadi, D., Fajar, A., & Hartono, R. 2021. *Konsep dan Penerapan Manajemen Pemasaran Modern*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 11(1), 34–48.

Smith, J. 2022. *The Economics of Virtual Goods: Understanding Player Retention and Monetization*. Journal of Virtual Economy Studies, 11(4), 212–229.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*, 1–274.

Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Vol. 17)*.

- Sulung, U., Muspawi, M. 2024. *Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier*.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen pemasaran*. UIR Press.
- Suwarno, R. 2022. *Analisis Pengaruh Nilai Fungsional dan Nilai Emosional terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 7(1), 55–66.
- Syahputri, A. Z., & , Fallenia. F.D, R. S. 2023. *Kerangka berfikir penelitian*. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.
- Tamara, A. F., Hermawan, A., & Purwaamijaya, B. M. 2024. *Pengaruh Nilai Fungsional, Nilai Emosional, Dan Nilai Sosial Terhadap Niat Beli Barang Virtual Dalam Game Mobile Legends (Studi Kasus Pada Pemain Game Online Mobile Legends Di Jawa Barat*. Jurnal Minfo Polgan, 13(2), 2157–2166. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14384>
- Wang, Y., & Li, M. 2023. *The role of social and functional value in virtual goods purchase intentions*. *Journal of Consumer Behavior*, 22(3), 254–269.
- Won, J., & Kim, H. 2020. *Hedonic motivation and online shopping behavior: A study on digital consumers*. *Journal of Retail and Consumer Services*, 54, 102–115.
- Widhia, A. W., & Mahfudz, M. 2020. *Pengaruh karakteristik sosial terhadap minat pembelian ulang barang virtual pada game online*. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(1), 85–96.
- Yuliana, & Azizah, N. 2024. *Pengaruh functional value, emotional value, value for money terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening pada pembelian virtual item game online Mobile Legends: Bang-Bang*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 5590–5601.
- Yulianto, Andi & Setiadi, Roby. 2024. *Ebook Manajemen Pemasaran*.
- Zahro, S & Hadi, m. 2023. *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen E*

Commerce *Shopee di Kota Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis, 9 (1).