



SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN DAN NIAT PEMBELIAN ROBUX OLEH PENGGUNA GENERASI Z PADA GAME ROBLOX

WAHYU NISFU MELATI SUKMA
NPM 22082010230

DOSEN PEMBIMBING

Asif Faruqi, S.Kom, M.Kom.

Muhammad Septama Prasetya, S.Kom, M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP NIAT PENGUNAAN BERKELANJUTAN DAN NIAT PEMBELIAN ROBUX OLEH PENGGUNA GENERASI Z PADA GAME ROBLOX

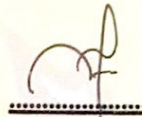
Oleh:

WAHYU NISFU MELATI SUKMA
NPM. 22082010230

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem
Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa
Timur Pada tanggal 26 Juni 2026

Menyetujui

Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198705192018031001



(Pembimbing I)

Muhammad Septama Prasetya, S.Kom., M.Kom.
NIP. 199309282025061002



(Pembimbing II)

Tri Lathif Mardi Survanto, S.Kom, MT.
NIP. 198902252021211001



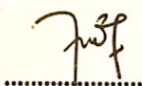
(Ketua Penguji)

Arista Pratama, S.Kom, M.Kom.
NPT. 171 19910320052



(Penguji II)

Rafika Rahmawati, S.Kom., M.Kom, MBA.
NIP. 19971012 2024062001



(Penguji III)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komputer



Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT
NIP. 19681126 199403 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP NIAT
PENGUNAAN BERKELANJUTAN DAN NIAT PEMBELIAN ROBUX
OLEH PENGGUNA GENERASI Z PADA GAME ROBLOX**

Oleh:

WAHYU NISFU MELATI SUKMA
NPM. 22082010230



Mengetahui,

**Koordinator Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Ilmu Komputer**

Siti Mukaromah, S.Kom, M.Kom

NIP. 19810704 2021212 011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Nisfu Melati Sukma
NPM : 22082010230
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



WAHYU NISFU MELATI SUKMA

NPM. 22082010230

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Wahyu Nisfu Melati Sukma / 2208201030
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perceived Value Terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan dan Niat Pembelian Robux oleh Pengguna Generasi Z pada Game Roblox
Dosen Pembimbing : 1. Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom
2. Muhammad Septama Prasetya, S.Kom., M.Kom

Perkembangan industri *game online* berbasis *free to play* telah mendorong pemanfaatan mata uang virtual sebagai bagian dari ekosistem permainan, termasuk Robux pada *game* Roblox. Meskipun Roblox memiliki jumlah pengguna yang tinggi di Indonesia, tingkat pembelian Robux masih relatif rendah dibandingkan basis pemainnya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan *game* dan keputusan pembelian sehingga perlu dikaji faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Enjoyment*, *Social Value*, *Quality*, dan *Economic Value* terhadap *Continued Use Intention* serta *Purchase Intention* pada pengguna Generasi Z Roblox di Indonesia, serta peran *Continued Use Intention* sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 418 responden Generasi Z yang aktif bermain Roblox yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 7 dari 9 hipotesis yang diajukan diterima. *Enjoyment*, *Social Value*, *Quality*, dan *Economic Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continued Use Intention*. Selanjutnya, *Quality*, *Economic Value*, dan *Continued Use Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, sedangkan *Enjoyment* dan *Social Value* tidak berpengaruh langsung terhadap *Purchase Intention* namun berpengaruh tidak langsung melalui mediasi *Continued Use Intention*. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa persepsi nilai, khususnya kualitas dan ekonomi, berperan penting dalam meningkatkan niat pembelian Robux.

Kata kunci: Robux, *Perceived Value*, Niat Pembelian, Niat Penggunaan Berkelanjutan, PLS-SEM

ABSTRACT

Student Name / NPM : Wahyu Nisfu Melati Sukma / 2208201030
Thesis Title : Analysis of the Influence of Perceived Value on
Continuous Use Intention and Robux Purchase
Intention Among Generation Z Users of the
Roblox Game
Advisors : 1. Asif Faruqi, S.Kom., M.Kom
2. Muhammad Septama Prasetya, S.Kom., M.Kom

The growth of the free-to-play online gaming industry has encouraged the use of virtual currencies as part of the gaming ecosystem, including Robux in Roblox. Although Roblox has a large user base in Indonesia, the rate of Robux purchases remains relatively low compared to its player base. This condition indicates a gap between game usage and purchasing decisions, highlighting the need to examine the factors influencing such behavior. This study aims to analyze the effects of Enjoyment, Social Value, Quality, and Economic Value on Continued Use Intention and Purchase Intention among Generation Z Roblox users in Indonesia, as well as the mediating role of Continued Use Intention. This study employed a quantitative approach involving 418 Generation Z respondents who actively play Roblox. Data were collected through a questionnaire and analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 4. The results indicate that 7 out of the 9 proposed hypotheses were supported. Enjoyment, Social Value, Quality, and Economic Value have a positive and significant effect on Continued Use Intention. Furthermore, Quality, Economic Value, and Continued Use Intention have a positive and significant effect on Purchase Intention, whereas Enjoyment and Social Value do not have a direct effect on Purchase Intention but have an indirect effect through the mediation of Continued Use Intention. Overall, the findings indicate that Perceived Value, particularly Quality and Economic Value, plays an important role in enhancing users intention to purchase Robux.

Keyword: Robux, *Perceived Value*, *Purchase Intention*, *Continued Use Intention*, PLS-SEM

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, kesehatan, dan kesempatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan dan Niat Pembelian Robux Oleh Pengguna Generasi Z Pada *Game Roblox***". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, doa, serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Allah SWT, yang memberikan segala kemudahan, kesehatan, kelancaran dalam setiap proses yang penulis lalui.
2. Orang tua penulis, atas segala kasih sayang, doa tiada henti, dukungan, dan pengorbanan yang tulus yang senantiasa menjadi sumber semangat, motivasi dan kekuatan bagi penulis dalam menjalani kehidupan, menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom, M.Kom. selaku Koordinator Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Bapak Asif Faroqi, S.Kom, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta nasihat selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Muhammad Septama Prasetya, S.Kom, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta nasihat selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Sahabat sejak hari pertama perkuliahan, Elsa, Bitu, Rikha dan Dita yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta kebersamaan

yang berharga selama menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian adalah salah satu hal yang penulis syukuri.

8. Sahabat sejak masa kecil, Intan, Zera, Salsa, Sabitha, Sasti, Meiranda dan Difa yang telah menemani berbagai fase kehidupan, memberikan kebahagiaan, serta menjadi tempat berbagi cerita dan pengalaman selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman *online*, Kak Echa, Kak Reno, Kak Pram, Zrul, Mat, Boy, Mori, Merlo, Kleiv, Coco, Zief dan Kale yang menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah dan menemukan semangat di berbagai situasi selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2022, khususnya paralel F yang telah menjadi teman yang solid dan penuh kesan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan serta kerja samanya sehingga perjalanan perkuliahan terasa lebih menyenangkan dan tidak menakutkan untuk dijalani.
11. Seluruh responden yang memberikan kontribusi melalui kesediaannya mengisi kuesioner penelitian, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik.
12. Terakhir untuk diri saya sendiri, Wahyu Nisfu Melati Sukma. Terima kasih telah berhasil dan tidak menyerah melewati setiap proses yang tidak begitu mudah. Setiap perjalanan yang telah terlewati merupakan proses pembelajaran dan pendewasaan diri yang menjadikan diri lebih kuat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di kemudian hari. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 14 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Relevansi Sistem Informasi.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Analisis Penerimaan Pengguna	23
2.2.2 Roblox	24
2.2.3 <i>Perceived Value</i>	28
2.2.4 <i>Continued Use Intention</i> (Niat Penggunaan Berkelanjutan)	32
2.2.5 <i>Purchase Intention</i> (Niat Pembelian)	33
2.2.6 PLS-SEM (<i>Partial Last Square-Structural Equation Modeling</i>).....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Alur Penelitian.....	35
3.2 Observasi	35
3.3 Identifikasi Masalah	36

3.4 Studi Literatur	36
3.5 Penentuan Model Konseptual	37
3.6 Penyusunan Hipotesis	39
3.7 Penentuan Populasi dan Sampel	43
3.7.1 Populasi.....	43
3.7.2 Teknik Sampling	43
3.7.3 Ukuran Sampel	44
3.7.5 Skala Likert.....	46
3.8 Penyusunan Instrumen Penelitian.....	47
3.9 Pengujian Instrumen	49
3.9.1 Uji Validitas	49
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.10 Penyebaran Kuesioner	53
3.11 Pengolahan dan Analisis Data.....	54
3.11.1 <i>Data Cleaning</i>	54
3.11.2 Analisis Deskriptif	56
3.11.3 Analisis Inferensial	56
3.12 Penarikan Kesimpulan dan Saran	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Pembahasan Hasil <i>Data Cleaning</i>	59
4.1.1 Pemeriksaan Kesesuaian Kriteria Responden	59
4.1.2 Pemeriksaan <i>Missing Value</i>	59
4.1.3 Pemeriksaan Data Duplikat	60
4.1.4 Pemeriksaan Data Berpola.....	60
4.1.5 Pemeriksaan <i>Outlier</i>	61
4.1.6 Penetapan Data Akhir	61
4.2 Data Demografi Responden.....	62
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.2.4 Responden Berdasarkan Rata-rata Uang Saku / Penghasilan.....	64
4.2.5 Responden Berdasarkan Intensitas Bermain Roblox.....	65

4.2.6 Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Robux	66
4.3 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif	67
4.3.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Enjoyment</i>	68
4.3.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Value</i>	70
4.3.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Quality</i>	73
4.3.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Economic Value</i>	76
4.3.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Continued Use Intention</i>	78
4.3.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Purchase Intention</i>	81
4.4 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Inferensial.....	83
4.4.1 Pengujian <i>Outer Model</i>	84
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	84
4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	85
4.4.1.3 <i>Reliability</i>	87
4.4.2 Pengujian <i>Inner Model</i>	88
4.4.2.1 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	88
4.4.2.2 <i>R-Square</i>	89
4.4.2.3 <i>Q-Square</i>	90
4.4.2.4 <i>Effect Size (F-Square)</i>	91
4.4.2.5 <i>Total Effect</i>	91
4.4.2.6 <i>Indirect Effect</i>	92
4.4.2.7 <i>Direct Effect</i>	93
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	95
4.4.3.1 Hasil Uji Hipotesis (<i>Direct Effect</i>)	95
4.4.3.2 Hasil Uji Peran Mediasi (<i>Specific Indirect Effect</i>)	98
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.5.1 Hubungan <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Continued Use Intention</i>	99
4.5.2 Hubungan <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	102
4.5.3 Hubungan <i>Social Value</i> Terhadap <i>Continued Use Intention</i>	104
4.5.4 Hubungan <i>Social Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	107
4.5.5 Hubungan <i>Quality</i> Terhadap <i>Continued Use Intention</i>	110
4.5.6 Hubungan <i>Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	112
4.5.7 Hubungan <i>Economic Value</i> Terhadap <i>Continued Use Intention</i>	115

4.5.8 Hubungan <i>Economic Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	117
4.5.9 Hubungan <i>Continued Use Intention</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	120
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Unduhan Roblox Global	2
Gambar 1.2 Peringkat Pendapatan Roblox Global	2
Gambar 1.3 Manajemen Sistem Informasi.....	6
Gambar 2.1 Logo Roblox	24
Gambar 2.2 Pilihan Paket dan Harga Robux	27
Gambar 3.2 Alur Penelitian.....	35
Gambar 3.3 Model Konseptual	37
Gambar 3.4 <i>Flowchart Data Cleaning</i>	54
Gambar 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden	62
Gambar 4.2 Persentase Usia Reponden	63
Gambar 4.3 Distribusi Pekerjaan Responden	64
Gambar 4.4 Distribusi Penghasilan Responden	64
Gambar 4.5 Frekuensi Bermain Roblox 3 Bulan Terakhir.....	65
Gambar 4.6 Durasi Bermain Roblox Dalam Satu Hari.....	66
Gambar 4.7 Persentase Pengalaman Membeli Robux	67
Gambar 4.8 Hasil <i>Bootstraping</i>	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Rangkuman Jumlah Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Nilai Maksimal Estimasi	45
Tabel 3.3 Skala Likert Penilaian	47
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Enjoyment</i>	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Value</i>	50
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Quality</i>	51
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Economic Value</i>	51
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Continued Use Intention</i>	52
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	52
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 3.12 Formula Untuk Tahapan <i>Data Cleaning</i>	55
Tabel 3.13 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran	57
Tabel 3.14 Kriteria Evaluasi Model Struktural	58
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil <i>Data Cleaning</i>	61
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban <i>Enjoyment</i>	68
Tabel 4.3 Hasil Statistik Jawaban <i>Enjoyment</i>	70
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban <i>Social Value</i>	71
Tabel 4.5 Hasil Statistik Jawaban <i>Social Value</i>	72
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban <i>Quality</i>	73
Tabel 4.7 Hasil Statistik Jawaban <i>Quality</i>	75
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban <i>Economic Value</i>	76
Tabel 4.9 Hasil Statistik Jawaban <i>Economic Value</i>	78
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban <i>Continued Use Intention</i>	79
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Jawaban <i>Continued Use Intention</i>	80
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban <i>Purchase Intention</i>	81
Tabel 4. 13 Hasil Statistik Jawaban <i>Purchase Intention</i>	83
Tabel 4.14 <i>Outer Loading</i>	84

Tabel 4.15 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	85
Tabel 4.16 <i>Cross Loading</i>	86
Tabel 4.17 <i>Fornell-Larcker</i>	87
Tabel 4.18 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	87
Tabel 4.19 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	88
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i>	89
Tabel 4.21 Nilai <i>Q-Square</i>	90
Tabel 4. 22 Nilai <i>F-Square</i>	91
Tabel 4.23 Nilai Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>)	92
Tabel 4.24 Nilai Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	93
Tabel 4.25 Nilai Pengaruh Langusng (<i>Direct Effect</i>)	93
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis.....	96
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	137
Lampiran 2. Susunan kuesioner Google Form.....	138
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner	141
Lampiran 4. Proses Cleaning Data.....	142
Lampiran 5. Hasil Pra Kuesioner	143
Lampiran 6. Hasil <i>Outer Loading</i>	146
Lampiran 7. Hasil <i>Validity dan Reliability</i>	146
Lampiran 8. Hasil <i>Cross Loading</i>	147
Lampiran 9. Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	147
Lampiran 10. Hasil <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	148
Lampiran 11. Hasil <i>R-Square</i>	148
Lampiran 12. Hasil <i>F-Square</i>	149
Lampiran 13. Hasil <i>Q-Square</i>	149
Lampiran 14. Hasil <i>Direct Effect</i>	149
Lampiran 15. Hasil <i>Indirect Effect</i>	149
Lampiran 16. Hasil <i>Total effect</i>	150
Lampiran 17. Hasil Proses <i>Bootsraping</i>	150
Lampiran 18. Hasil <i>Specific Indirect Effect</i>	150
Lampiran 19. Hasil <i>Output Bootstraping</i>	151