

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Manajerial.....	9
1.5.2 Manfaat Akademisi	9
1.6 Lingkup Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 Niat Membeli	12
2.1.3 Teori Nilai Konsumsi.....	13
2.1.4 Nilai Moneter	15
2.1.5 Nilai Kesenangan.....	15
2.1.6 Nilai Sosial.....	16
2.1.7 Keadilan yang Dirasakan	16
2.1.8 Keseimbangan Antara Tantangan Permainan Dan Keterampilan Pemain	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Pengaruh Nilai Moneter Pada Niat Pembelian <i>Item Premium</i>	20
2.3.2 Pengaruh Nilai Kesenangan Pada Niat Pembelian <i>Item Premium</i>	21
2.3.3 Pengaruh Nilai Sosial Pada Niat Pembelian <i>Item Premium</i>	21
2.3.4 Pengaruh Keseimbangan Antara Tantangan Permainan dan Keterampilan Pemain Pada Nilai Kesenangan	22
2.3.5 Pengaruh Keadilan Yang Dirasakan Dari Gim Pada Nilai Kesenangan	23

2.3 Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3 Desain Pengambilan Sampel	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel dan Unit Sampel	26
3.3.3 Ukuran Sampel	27
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.1 Variabel Penelitian	27
3.4.2 Definisi Operasional	28
3.5 Instrumen Penelitian.....	30
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.7 Metode Analisis Data	36
3.7.1 Uji Goodness of Fit.....	37
3.7.2 Tingkat Signifikansi.....	38
3.7.3 Prosedur Pengujian Hipotesis	38
3.8 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Pengumpulan Data	40
4.2 Profil Responden	40
4.3 Analisis Deskriptif	43
4.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	46
4.4.1 Uji <i>Outer Model</i>	46
4.4.2 Uji <i>Inner Model</i>	51
4.4.3 Uji Hipotesis	54
4.4.4 Pengaruh Variabel Mediator	57
4.5 Pembahasan	59
4.5.1 Hipotesis 1	59
4.5.2 Hipotesis 2	60

4.5.3 Hipotesis 3	61
4.5.4 Hipotesis 4	62
4.5.5 Hipotesis 5	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Implikasi Manajerial.....	67
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	70
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perangkat Untuk Video Game di Indonesia Per Maret 2023	1
Gambar 1.2 Aplikasi Game MOBA Terpopuler di Seluruh Dunia Pada Juli 2023 Berdasarkan Unduhan	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Replikasi Penuh.....	24
Gambar 4. 1 Model Struktural Penelitian	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Survei Pendahuluan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 3.2 <i>Loading Factor Pilot Testing</i>	32
Tabel 3.3 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE) Pilot Testitng</i>	33
Tabel 3.4 Nilai <i>Cross Loading Pilot Testing</i>	33
Tabel 3. 5 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion Pilot Testing</i>	35
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Pilot Testing</i>	36
Tabel 3.7 Penafsiran Nilai Rata-Rata	39
Tabel 4.1 Profil Responden	41
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.3 Nilai <i>Loading Factor</i>	47
Tabel 4.4 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
Tabel 4.5 Nilai <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4.6 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	50
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	51
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.9 Nilai Relevansi Prediktif	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	53
Tabel 4.11 <i>Path Coefficient</i>	55
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	57
Tabel 4.13 <i>Specific Indirect Effects</i>	58