UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Pengguna Roblox dalam Melakukan Pembelian Barang Virtual Premium Menggunakan Robux
Zheilda Eirizca Suyitno, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI i
HALAMAN PENGESAHAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
INTISARI xiv
ABSTRACT xv
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Motivasi Penelitian 9
1.6 Manfaat Penelitian 10
1.7 Kontribusi Penelitian 11
1.8 Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian 12
1.9 Sistematika Penulisan 13
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA 15
2.1 Pendahuluan 15
2.2 Landasan Teori 15
2.2.1 Platform Gim Interaktif dan Ekosistem Roblox 15
2.2.2 Teori Penentuan Diri 18
2.2.3 Teori Persepsi Nilai 22
2.2.4 Teori Masa Dewasa Awal 26
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu 28
2.4 Kerangka Penelitian 31

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Pengguna Roblox dalam Melakukan Pembelian Barang Virtual Premium Menggunakan Robux
Zheilda Eirizca Suyitno, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.5 Simpulan 33
BAB 3 METODE PENELITIAN 35
3.1 Pendahuluan 35
3.2 Desain Penelitian 35
3.2.1 Penyusunan Panduan Wawancara 36
3.2.2 Penyempurnaan Instrumen secara Iteratif 36
3.2.3 Pelaksanaan Wawancara Utama 37
3.2.4 Koding dan Analisis Data 37
3.3 Metode Pengumpulan Data 38
3.3.1. Jenis Data Penelitian 38
3.3.2. Kriteria Inklusi dan Teknik Pengambilan Data 39
3.3.3. Rekrutmen Informan 40
3.3.4. Informan Penelitian 41
3.3.5. Teknik Pengumpulan Data 44
3.4 Instrumen Penelitian 45
3.5 Metode Analisis Data 46
3.5.1 Analisis Tematik dengan Framework Gioia 47
3.5.2 Tahapan Analisis 51
3.5.3 Pola Analisis Deduktif Induktif 53
3.6 Kualitas Keabsahan Penelitian 54
3.6.1 Kredibilitas 54
3.6.2 Transferabilitas 56
3.6.3 Dependabilitas 56
3.6.4 Konfirmabilitas 57
3.7 Simpulan 58
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60
4.1 Pendahuluan 60
4.2 Gambaran Umum Konsumsi Barang Premium di Roblox 61
4.3 Motivasi Pembelian Berdasarkan Kerangka Teori Persepsi Nilai 63
4.3.1 Kelompok Pelajar SMA/SMK 65
4.3.2 Kelompok Mahasiswa 76

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Pengguna Roblox dalam Melakukan Pembelian Barang Virtual Premium Menggunakan Robux
Zheilda Eirizca Suyitno, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3.3 Kelompok Pekerja 84
4.4 Motivasi Pembelian Berdasarkan Teori Penentuan Diri 94
4.4.1 Kelompok Pelajar SMA/SMK 98
4.4.2 Kelompok Mahasiswa 106
4.4.3 Kelompok Pekerja 113
4.5 Penemuan Lain yang Diperoleh dari Penelitian 120
4.6 Simpulan 126
BAB 5 KESIMPULAN 128
5.1 Kesimpulan 128
5.2 Implikasi 132
5.2.1 Implikasi Teoretis 132
5.2.2 Implikasi Manajerial 133
5.2.3 Implikasi bagi Pengguna 134
5.3 Keterbatasan Penelitian 135
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya 136
5.5 Refleksi Peneliti 137
DAFTAR PUSTAKA 139
LAMPIRAN 144
Lampiran 1 Instrumen Penjaringan Informan 144
Lampiran 2 Panduan Wawancara 147
Lampiran 3 Lembar Koding Gioia 154
Lampiran 4 Lembar Verifikasi 162