

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Intensi Membeli.....	10
1. Pengertian Intensi Membeli.....	10
2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Intensi Membeli	14
3. Aspek-aspek dalam Intensi	18
B. Motivasi Intrinsik.....	19
1. Pengertian Motivasi Intrinsik	19

2. Aspek-aspek dalam Motivasi Intrinsik	22
C. <i>Game Touch Online Indonesia</i>	24
D. Peran Motivasi Intrinsik terhadap Intensi Membeli Barang Virtual	29
E. Hipotesis	33
BAB III. METODE PENELITIAN.....	34
A. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	34
1. Identifikasi Variabel	34
2. Definisi Operasional Variabel	34
B. Subjek Penelitian	35
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Instrumen Penelitian	36
1. Skala Intensi Membeli	36
2. <i>Intrinsic Motivation Inventory</i>	38
E. Prosedur Penelitian	41
F. Metode Pengolahan Data.....	43
BAB IV. PELAKSANAAN PENELITIAN DAN HASIL ANALISIS	44
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Kualitas Instrumen	46
1. Skala Intensi Membeli	46
2. <i>Intrinsic Motivation Inventory</i>	48
C. Deskripsi Data	51
1. Pengelompokan Subjek Berdasar Data Demografis.....	51
2. Pengelompokan Berdasarkan Hasil Data Penelitian	55

D. Analisis Data	58
1. Uji Asumsi.....	58
a) Uji Normalitas	58
b) Uji Linearitas	59
2. Uji Hipotesis.....	60
E. Kesimpulan Hasil Analisis	61
F. Pembahasan	62
BAB V. PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Sebaran Aitem Skala Intensi Membeli Barang Virtual.....	38
2. Sebaran Aitem IMI untuk Uji Coba	40
3. Sebaran Aitem Setelah Seleksi Aitem.....	41
4. Subjek Penelitian Berdasarkan Kesiediaan Mengisi Survei	44
5. Subjek Penelitian Berdasarkan Pengisian Skala yang Sama.....	45
6. Subjek Penelitian Berdasarkan Keanggotaan sebagai Pemain <i>Touch Online Indonesia</i>	45
7. Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
8. Sebaran Aitem Skala Intensi Membeli.....	47
9. Sebaran Aitem IMI untuk Uji Coba	49
10. Blueprint IMI Setelah Seleksi Aitem	50
11. Subjek Penelitian Berdasarkan Usia	51
12. Subjek Penelitian Berdasarkan Jenjang Pendidikan	52
13. Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	52
14. Subjek Penelitian Berdasarkan Penghasilan	53
15. Subjek Penelitian Berdasarkan Asal	54
16. Subjek Penelitian Berdasarkan Pembelian Barang Virtual di <i>Touch Online Indonesia</i>	54

17.	Subjek Penelitian Berdasarkan Keanggotaan sebagai VIP	
	<i>Touch Online Indonesia</i>	55
18.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	55
19.	Rumus Kategorisasi Skor Subjek	56
20.	Kategorisasi Skor Intensi Membeli	56
21.	Kategorisasi Skor Motivasi Intrinsik	57
22.	Hasil Uji Normalitas	58
23.	Hasil Uji Linearitas	59
24.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	60
25.	Hasil Koefisien Regresi.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. LAMPIRAN	75
1. Tampilan <i>Online Survey</i>	76
B. LAMPIRAN	84
1. Tabulasi Data Uji Coba Skala Intensi Membeli	85
2. Hasil Uji Coba Skala Intensi Membeli	86
3. Tabulasi Data Uji Coba <i>Intrinsic Motivation Inventory</i>	87
4. Hasil Uji Coba <i>Intrinsic Motivation Inventory</i> (IMI)	89
C. LAMPIRAN	92
1. Tabulasi Data Hasil Penelitian	93
D. LAMPIRAN	115
1. Hasil Uji Asumsi	116
2. Hasil Uji Hipotesis	117
E. LAMPIRAN	119
1. Perizinan	120