

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Nilai Yang Dipersepsikan Pelanggan ( <i>Customer Perceived Value</i> ).....	14
2.1.2 Nilai Pembelian <i>Game Item</i> yang Terintegrasi .....	16
2.1.3 Identifikasi Karakter.....	20
2.1.4 Kepuasan.....	21
2.1.5 Niat Beli Ulang .....	23

2.2	Pengembangan Hipotesis .....	26
2.2.1	Pengaruh identifikasi karakter pada niat beli ulang .....	26
2.2.2	Pengaruh nilai kesenangan pada niat beli ulang .....	26
2.2.3	Pengaruh nilai kompetensi karakter pada niat beli ulang.....	27
2.2.4	Pengaruh nilai otoritas visual pada niat beli ulang.....	27
2.2.5	Pengaruh nilai uang pada niat beli ulang .....	28
2.2.6	Pengaruh kepuasan pada permainan pada niat beli ulang.....	29
2.3	Model Penelitian .....	29
<b>BAB III</b>	.....	<b>31</b>
<b>METODA PENELITIAN</b>	.....	<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
3.4	Desain Pengambilan Sampel .....	33
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.4.2	Populasi dan Sampel .....	33
3.4.3	Ukuran Sampel.....	34
3.5	Definisi Operasional Penelitian.....	34
3.6	Instrumen Penelitian.....	36
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.7.1	Pengujian Validitas .....	38
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	41
3.8	Analisis Data dan Metode Pengujian Hipotesis .....	42

3.8.1	Metode Uji Asumsi Klasik.....	43
3.9	Uji <i>Goodness of fit</i> .....	45
3.10.	Tingkat Signifikansi.....	46
<b>BAB IV</b>	.....	<b>47</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>47</b>
4.1	Deskripsi data responden .....	47
4.2	Statistik Deskriptif.....	49
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.1	Uji Normalitas.....	51
4.3.2	Uji Multikolineritas.....	52
4.4	Hasil Uji Goodness of Fit.....	53
4.4.1	Koefisien Determinasi.....	53
4.4.2	Uji F .....	54
4.5	Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.5.1	Hasil uji hipotesis pertama.....	55
4.5.2	Hasil uji hipotesis kedua .....	56
4.5.3	Hasil uji hipotesis ketiga.....	56
4.5.4	Hasil uji hipotesis keempat .....	57
4.5.5	Hasil uji hipotesis kelima .....	57
4.5.6	Hasil uji hipotesis keenam .....	57
4.6	Pembahasan .....	58
4.6.1	Pengaruh identifikasi karakter pada niat beli ulang.....	58
4.6.2	Pengaruh nilai kesenangan karakter pada niat beli ulang .....	59

4.6.3 Pengaruh nilai kompetensi karakter pada niat beli ulang.....	60
4.6.4 Pengaruh nilai otoritas visual pada niat beli ulang.....	60
4.6.5 Pengaruh nilai uang pada niat beli ulang .....	61
4.6.6 Pengaruh kepuasan pada niat beli ulang .....	62
<b>BAB V.....</b>	<b>64</b>
<b>SIMPULAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan .....	64
5.2 Implikasi Praktis .....	66
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.4 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>