

# **Analisis Peluang Dalam Membeli Cash Game Online**

JURNAL PUBLIKASI



Oleh:

Nama : Muhammad Bayu Aji Prabowo

Nomor Mahasiswa : 14313263

Program Studi : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYKARTA**

**2018**

***Analisis Peluang Dalam Membeli Cash Game online***

**Muhammad Bayu Aji Prabowo**

**Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

**E-mail : [muhbayuap@gmail.com](mailto:muhbayuap@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

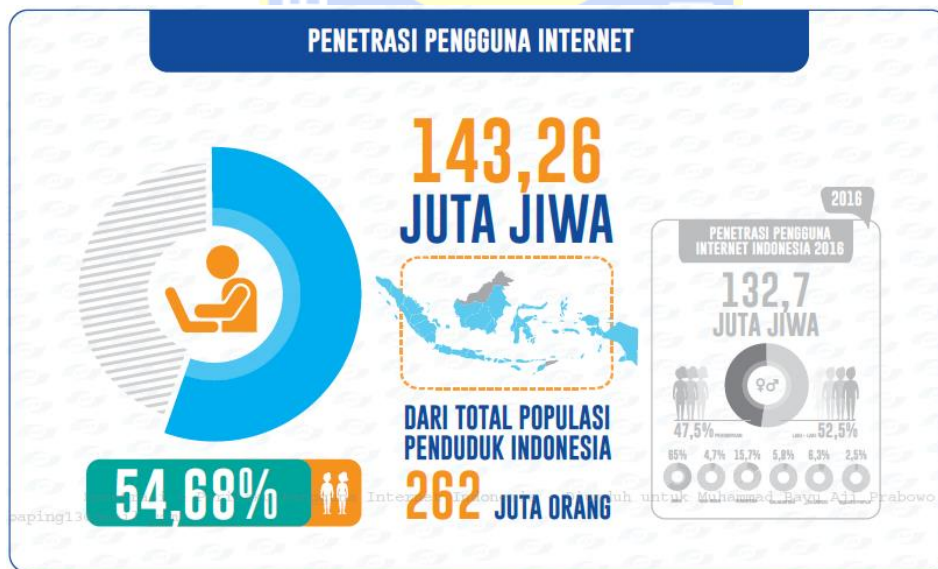
Cash *game online* merupakan jenis mata uang virtual yang ada dalam setiap *game online*. Jenis mata uang virtual seperti ini sangatlah penting dalam sebuah permainan, karena dengan adanya mata uang virtual ini seseorang dapat melakukan pembelian barang-barang yang disediakan oleh pengembang game tersebut. Pembelian mata uang virtual memang sedang berkembang pesat karena memberikan beberapa benefit terhadap pembelinya untuk memudahkan bermain game. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis besarnya peluang seseorang dalam melakukan pembelian cash *game online*. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat melalui kuisioner *googleform* dalam rentang satu minggu. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jumlah pengeluaran, intensitas pembelian, jenis barang yang dibeli, tingkat pendidikan akhir responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengeluaran positif namun tidak signifikan terhadap peluang kepuasan, variabel intensitas pembelian cash *game online* positif dan signifikan terhadap peluang kepuasan, variabel jenis barang yang dibeli positif dan signifikan terhadap variabel tingkat peluang kepuasan, variabel tingkat pendidikan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel tingkat peluang kepuasan.

**Kata Kunci :** *Mata uang virtual, game online, intensitas pembelian, jumlah pengeluaran. Jenis barang yang dibeli, tingkat pendidikan.*

## PENDAHULUAN

Di era yang cukup modern ini, game online sangatlah menjadi sangat populer dikalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Setiap individu mulai tertarik dengan adanya perkembangan game online yang sudah meranah pada computer maupun pada android. Indonesia merupakan salah satu Negara dengan jumlah masyarakat yang sangat besar di dunia. Dengan banyaknya jumlah masyarakat ini maka perkembangan game sendiri lebih cepat untuk tumbuh disekitar kita. Dalam dekade tarakhir, game online telah berkembang dengan pesat karena kemajuan komputerisasi dan penetrasi yang luar biasa dari kecepatan internet yang tinggi (Wu dan Liu, 2007).



*Sumber: Hasil Survei 2017 APJJI*

**Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet pada Penduduk Indonesia**

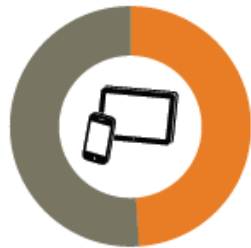
Pada Gambar 1.1 dijelaskan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2016 sampai dengan 2017 mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dari yang awalnya 132,7 jiwa meningkat menjadi 143,26 juta jiwa. Peningkatan yang terjadi pada jumlah pengguna internet adalah sebesar 7.9% pertahun. Dari data ini, penduduk Indonesia sampai dengan tahun 2017 berjumlah sebesar 262 juta jiwa. Ini berarti sebanyak 54% dari seluruh penduduk sudah menggunakan internet dalam kesehariannya.



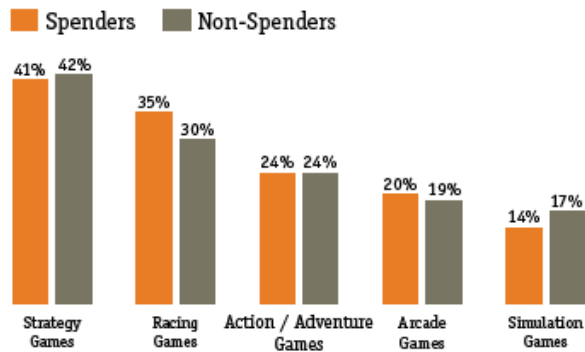
Menurut Newzoo pada survey yang dilakukan, diperkirakan pada tahun 2014, Sebagian besar pemain ponsel di Indonesia telah menghabiskan uang untuk game seluler. Game strategi adalah yang paling populer genre seluler, dengan persentase yang sama dari pembelanja dan non pembelanja di seluruh 5 genre seluler teratas di Indonesia.(Newzoo, 2015).



Popularity of Mobile Game Genres Amongst Mobile Gamers



49% of mobile gamers spend money on mobile games



Source: 2015 Newzoo Data Explorer

Sumber: Newzoo 2015 Data Explorer

**Gambar 1.2 Popularitas Genre mobile Game di Indonesia.**

Pada Gambar 1.2 dijelaskan bahwa di Indonesia sendiri game berjenis strategy sangat diminati oleh beberapa kalangan, jumlah yang sangat besar tersebut menunjukkan pula jumlah sebagian besar dari pemain game tersebut yang melakukan pembelian item dalam game. Dari jumlah keseluruhan jenis-jenis permainan hampir 49% dari playernya telah melakukan pembelian item dalam game. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pembelian item dalam game mungkin dapat membantu dalam mempermudah menjalankan permainan.



## **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Dalam penulisan penelitian ini penulis mengambil dan menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya berupa jurnal-jurnal maupun skripsi untuk menjadi tolak ukur dalam perbandingan kelebihan dan kekurangan yang sudah ada. Untuk menunjang penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menjadi alat acuan penulis untuk penelitian ini yaitu:

(Arief, 2015) Penelitian terkait tentang adanya minat seseorang untuk melakukan pembelian barang dalam game atas dasar preferensi barang virtual yang dianggap berharga oleh pemain. Yang kemudian dalam pelaksanaannya sampai berujung dalam praktik RMT dalam sebuah game. Praktik RMT adalah penjualan barang virtual ke mata uang asli dengan nominal serta nilai yang ditentukan oleh

pasar yang ada. Nilai pada penjualan ini bersifat mudah berubah sesuai adanya permintaan serta penawaran yang sedang terjadi.

(Akbar, Dini, 2016) Penelitian ini membahas tingkat kepuasan seseorang terhadap sebuah game baik pada kegunaan untuk karakter dalam *game*, factor harga , self image expression, factor pertemanan sangat memporong seseorang untuk melakukan pembelian barang virtual.

(Rizki,2017) Penelitian yang dilakukan membahas tentang motive seseorang dalam membeli barang virtual. Motif pembelian produk adalah emotional, salah satu alasan mengapa pembeli memutuskan untuk membeli produk tanpa berpikir banyak dikarenakan kebanyakan dimotivasi oleh faktor emosional dari pembeli itu sendiri.

## **Landasan Teori**

### **Teori Permintaan**

Permintaan suatu barang di pasar akan terjadi apabila konsumen mempunyai keinginan (*willing*) dan kemampuan (*ability*) untuk membeli , pada tahap konsumen hanya memiliki keinginan atau kemampuan saja maka permintaan suatu barang belum terjadi, kedua syarat *willing* dan *ability* harus ada untuk terjadinya permintaan (Turner, 1971). Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan (Sugiarto, 2005).

## **Teori Prefensi Konsumen**

Istilah perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditampilkan konsumen dalam melakukan pembelian, menggunakan evaluasi dan produk dan layanan yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 1994). Pada teori ini menjelaskan bagaimana perilaku seorang konsumen untuk melakukan pembelian cash game online, yang mana hal itu tidak dapat di hitung. Dikarenakan keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhan mereka hampir tidak terbatas .

Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.(Kotler dan Armstrong ,2012).

### **Teori Nilai Konsumsi**

Teori nilai konsumsi menunjukkan bahwa konsumen memiliki nilai yang berbeda untuk kelompok produk dan nantinya akan menjadi faktor motivasi untuk membeli. Nilai dianggap sebagai prediktor kuat untuk memprediksi perilaku semisal perilaku pembelian. terdapat beberapa nilai penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. nilai tersebut adalah nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional. Nilai-nilai tersebut digunakan sebagai *key influencer* dalam perilaku konsumen sesuai dengan konteks mereka. (Ho dan Wu, 2012).



### 1. Nilai fungsional

Nilai fungsional adalah pendorong utama pilihan konsumen yang terhubung dengan faktor-faktor praktis dan fisik seperti keandalan, stabilitas, dan harga produk.

### 2. Nilai Sosial

Nilai sosial adalah utilitas yang dirasakan dan berasal dari hubungan dengan kelompok budaya, demografis, atau sosial tertentu. Dalam hal ini membeli atau mengonsumsi produk tergantung pada bagaimana konsumen ingin dilihat dan / atau bagaimana dirinya ingin terlihat dimata orang lain. Faktor dalam nilai sosial yaitu (social-self image expression dan social relationship) . kedua faktor tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar dalam menentukan keputusan pembelian user.

### 3. Nilai Emosional

Nilai emosional adalah utilitas yang dirasakan dan berasal dari penggunaan suatu produk sehingga menimbulkan perasaan yang kuat akan produk tersebut. Disebut juga dengan nilai hedonis atau pengalaman, dan telah dipengaruhi oleh penelitian sebelumnya.

### 4. Satisfaction with the game & Identification with the Character

Ho dan Wu (2012) menjelaskan pada studi penelitian pemasaran sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dengan produk mempengaruhi niat

konsumen untuk membeli produk. Secara umum,kepuasan pelanggan dengan produk dapat meningkatkan niat untuk membeli produk; dan sebaliknya ketidakpuasan pelanggan dengan produk menurunkan niat untuk melakukan pembelian terhadap produk. Dengan kata lain pelanggan yang puas membeli produk, sedangkan pelanggan yang tidak puas akan beralihke produk lain. Hal ini berlaku juga pada barang virtual dalam game online. Studi ini menguji bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan permainan mempengaruhi niat untuk membeli barang virtual dalam game online.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data primer, dengan alat analisis yang digunakan. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan melalui sekumpulan jawaban dari kuesioner online dengan menggunakan *google form*.

Menurut Sugiyono (2011) mendefenisikan analisis deskriptif adalah “Suatu metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi”.

### Uji Regresi Logistic

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan model regresi logistik. Regresi *logistik* adalah regresi yang digunakan untuk menguji apakah

probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya (Sulistyo, 2010)

Teknik analisis ini tidak memerlukan lagi uji normalitas, heteroscedasity, dan uji asumsi klasik pada variabel bebasnya (Sulistyo,2010). Regresi logistic digunakan untuk menguji pengaruh Tingkat pengeluaran , Intensitas Pembelian , Jenis barang yang dibeli dan Tingkat Pendidikan Terakhir terhadap Tingkat Kepuasan Responden dalam membeli cash *game online*. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5%.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian diolah kemudian dianalisis untuk pengujian hipotesis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

#### **Analisis Deskriptif Data**

Pada Analisis ini akan menguraikan data-data hasil penelitian yang berhubungan dengan Variabel penelitian. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yang didapatkan melalui survey menggunakan *google forms*. Data-data yang terkait berupa Tingkat Pengeluaran , Intensitas Pembelian , Jenis Barang yang dibeli , Tingkat Pendidikan Terakhir dari para responden.

Statistik Deskriptif Data

No	Tingkat Peluang Kepuasan (Y)	Pengeluaran Rata Rata (x1) [Dalam Ribuan Rupiah]	Intensitas Pembelian (x2)	Jenis Barang Yang Dibeli (x3)	Tingkat Pendidikan Akhir (x4)
<b>Sum</b>	59	29700	242	38	230
<b>Mean</b>	0.59	297	2.42	0.38	2.3
<b>Min</b>	0	100	1	0	2
<b>Max</b>	1	650	4	1	3
<b>Modus</b>	1	250	1	0	2

## 1. Menilai Kelayakan Model Regresi

Hosmer and Lemeshow Test adalah uji *Goodness of fit test (GoF)*, yaitu uji untuk menentukan apakah model yang dibentuk sudah tepat atau tidak. Dikatakan tepat apabila tidak ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya

**Tabel Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	df	Sig.
1	7.712	8	.462

Sumber : SPSS 25

Nilai *Chi Square* tabel untuk DF 3 ( 4 – 1) pada taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 7.81473. Kemudian nilai *Chi Square Hosmer and Lemeshow* hitung 7.712 < 7.81473 dengan kata lain maka menerima H0.

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada regresi logistik dapat dilihat pada nilai Nagelkerke R Square. Nilai Nagelkerke R Square dapat diinterpretasikan seperti nilai R Square

pada regresi berganda (Ghozali, 2006). Nilai ini didapat dengan cara membagi nilai Cox & Snell R Square dengan nilai maksimumnya.

**Tabel Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	116.956 <sup>a</sup>	.168	.227

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber : SPSS 25

Nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.227 dan *cox* 0.168 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 22.7% dan terdapat sebesar  $100\% - 22.7\% = 77.3\%$  faktor lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen.

### 3. Matrik Klasifikasi

Matrik klasifikasi akan menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan Kepuasan pembelian cash *Game online*. Matrik klasifikasi logistik dapat dilihat pada classification table.

**Classification Table<sup>a</sup>**

	Observed	Predicted		Percentage Correct
		Tidak Puas	Puas	
Step 1	Tingkat Kepuasan Tidak Puas	22	19	53.7
	Puas	12	47	79.7
Overall Percentage				69.0

a. The cut value is .500

Sumber : SPSS 25

Berdasarkan tabel *Classification Table* di atas, jumlah sampel yang tidak puas sebesar  $22 + 19 = 41$ . Yang benar benar tidak puas sebesar 22 dan seharusnya yang menalami kepuasan pembelian cash *Game online* namun tidak sebesar 19. Jumlah sampel yang merasakan kepuasan sebesar  $12 + 47 = 59$ . Yang benar benar merasakan kepuasan 47 dan seharusnya merasakan puas namun tidak puas sebanyak 12 orang.

Dalam intepretasi regresi logistic dengan SPSS: table diatas memberikan nilai *overall percentage* sebesar  $(22/47)/100 = 46\%$ . Yang berarti ketepatan model penelitian ini adalah sebesar 46%.

#### 4. Estimasi parameter dan Interpretasi

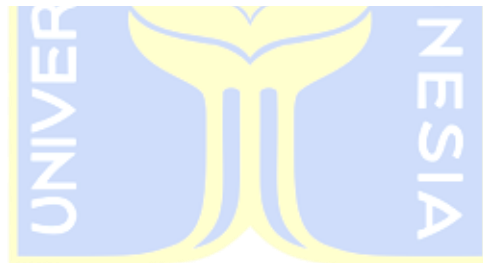
Estimasi parameter dilihat melalui koefisien regresi. Koefisien regresi dari tiap variabel-variabel yang diuji menunjukkan bentuk hubungan antara variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai probabilitas (sig) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. Jika variabel dependen dan independen signifikan terhadap probabilitas (sig) lebih besar dari 0.05 yang berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun jika probabilitas (sig) lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.

**Tabel Variabels in the Equation**

Step		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(	95% C.I. for EXP(B)	
							B)	Lower	Upper
1 <sup>a</sup>	Jumlah Pengeluaran	.001	.002	.070	1	.792	1.001	.996	1.005
	Intensitas Pembelian	.555	.190	8.500	1	.004	1.742	1.199	2.529
	Jenis Barang Yang dibeli	.050	.492	.010	1	.919	1.052	.401	2.756
	Tingkat Pendidikan Akhir	-1.223	.496	6.076	1	.014	.294	.111	.778
	Constant	1.704	1.23	1.896	1	.169	5.496		

- a. Variabel(s) entered on step 1: Jumlah Pengeluaran, Intensitas Pembelian, Jenis Barang Yang dibeli, Tingkat Pendidikan Akhir.

Sumber : SPSS 25



Model yang akan digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$LN \frac{EM}{1 - EM} = 1.704 + 0.001(JP) + 0.555(IP) + 0.50(JbyD) - 1.223 (TPA)$$

Keterangan:

EM = Dummy Variabel Peluang Tingkat Kepuasan Pembelian *cash game online* ( kategori 1 untuk keadaan puas dan 0 pada keadaan tidak puas)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi

JP = Jumlah Pengeluaran (Rupiah)

IP = Intensitas pembelian cash game online (Skala 1-4)

JByd = Jenis Barang yang dibeli (Kategori 1 untuk Premium services , 0 untuk non premium services)

TPA = Tingkat Pendidikan Akhir responden

e = Error

Ilustrasi Peluang *Regresi Logistic* dengan menggunakan besaran berdasarkan Tabel Statistik Deskriptif Yaitu menggunakan nilai terkecil masing masing variable. Berdasarkan data nilai terkecil variable Jumlah Pengeluaran Rp 100.000,00 , Intensitas Pembelian 1 kali (1) , barang yang dibeli bersifat non Premium (0), dan tingkat Pendidikan terakhir SMA (2). Jika dimasukkan ke dalam model persamaan di atas, maka sebagai berikut:

$$\text{Probabilitas atau Predicted} = (1.704 + 0.001(100) + 0.555(1) + 0.50(0) - 1.223(2)) / (1 + (1.704 + 0.001(100) + 0.555(1) + 0.50(0) - 1.223(2))) = -0.087 / 0.913$$

$$\text{Probabilitas atau Predicted} = -0.095$$

Nilai Predicted Regresi Logistik

Oleh karena *Predicted*:  $-0.095 < 0,5$  maka nilai *Predicted Group Membership* dari sampel di atas adalah 0. Dimana 0 adalah kode “Tidak Puas”



Ilustrasi Peluang Regresi *Logistic* dengan menggunakan besaran berdasarkan Tabel Statistik Deskriptif Yaitu menggunakan nilai terbesar masing masing variable. Berdasarkan data nilai terbesar pada setiap variable adalah Jumlah Pengeluaran Rp 650.000,00 ribu , Intensitas Pembelian 4 kali (1) , barang yang dibeli bersifat non Premium (1), dan tingkat Pendidikan terakhir Lulus D3 / S1 (3). Jika dimasukkan ke dalam model persamaan di atas, maka sebagai berikut:

$$\text{Probabilitas atau Predicted} = (1.704 + 0.001(650) + 0.555(4) + 0.50(1) - 1.223(3)) / (1 + (1.704 + 0.001(650) + 0.555(4) + 0.50(1) - 1.223(3))) = 1.405 / 2.405$$

$$\text{Probabilitas atau Predicted} = 0.5841995842$$

Nilai Predicted Regresi Logistik

Oleh karena *Predicted*: 0.584 > 0,5 maka nilai *Predicted Group Membership* dari sampel di atas adalah 1. Dimana 1 adalah kode "Puas".

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi (sig) dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5%. Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut ini.

a. Pengujian hipotesis pertama (H1)

Hipotesis pertama bahwa jumlah pengeluaran pembelian cash *Game online* berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan seseorang untuk membeli cash game

online Hasil pengujian menunjukkan jumlah pengeluaran pembelian cash *Game online* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.001 dengan tingkat signifikansi 0.792 yang lebih besar dari  $\alpha$  (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengeluaran tidak berpengaruh pada variabel tingkat kepuasan atau dengan kata lain H1 ditolak.

b. Pengujian hipotesis kedua (H2)

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel intensitas pembelian cash *Game online* berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan seseorang untuk membeli cash game online. Hasil pengujian menunjukkan variabel intensitas pembelian yang diprosikan dengan Z score memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,555 dengan tingkat signifikansi 0,004 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas pembelian cash *Game online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan atau dengan kata lain menerima H2.

c. Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa jenis barang yang dibeli berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan seseorang untuk membeli cash game online. Hasil pengujian menunjukkan jenis barang yang dibeli memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,050 dengan tingkat signifikansi 0,919 yang besar dari  $\alpha$  (5%). Berdasarkan

hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jenis barang yang dibeli tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan atau dengan kata lain H3 ditolak.

d. Pengujian hypothesis keempat (H4)

Hypothesis keempat menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap variabel tingkat kepuasan seseorang untuk membeli cash game online. Hasil pengujian menunjukkan variabel tingkat pendidikan memiliki koefisien regresi sebesar -1.223 dengan tingkat signifikansi 0.014 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Variabel tingkat pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Variabel tingkat kepuasan.

**Analisis Hasil Hubungan Variabel Independen terhadap Variabel Dependen  
Pengaruh Tingkat Pengeluaran Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan**

Berdasarkan hasil regresi menggunakan model *Logistic Binary*, Variabel tingkat pengeluaran memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan pembelian cash *Game online*. Variabel pengeluaran memiliki nilai koefisien sebesar 0.001, artinya setiap kenaikan jumlah tingkat pengeluaran 1 rupiah, maka Tingkat Peluang Kepuasan naik sebesar 0.001. Hal tersebut berbeda dengan hipotesis bahwa variabel jumlah pengeluaran pembelian cash *Game online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan seseorang.

### **Pengaruh Intensitas Pembelian Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan**

Berdasarkan hasil regresi menggunakan model *Logistic Binary*, variabel intensitas pembelian cash *Game online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat peluang kepuasan. Nilai koefisien dari Intensitas Pembelian 0,555, artinya setiap nilai intensitas pembelian naik 1 point maka peluang kepuasan naik sebesar 0,555 point. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis bahwa Variabel Intensitas pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel tingkat peluang kepuasan.

### **Pengaruh Jenis Barang yang dibeli Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan**

Berdasarkan hasil regresi menggunakan model *Logistic Binary*, variabel Jenis barang yang dibeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel tingkat peluang kepuasan. Nilai koefisien dari Jenis barang yang dibeli 0,050, artinya setiap nilai barang yang dibeli di isi sesuai data, contohnya 1 point maka peluang kepuasan naik sebesar 0,050 satuan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang dilakukan bahwa jenis barang yang dibeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat peluang kepuasan seseorang.

### **Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan**

Berdasarkan hasil regresi menggunakan model *Logistic Binary*, variabel Tingkat pendidikan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Variabel tingkat peluang kepuasan. Nilai koefisien dari tingkat pendidikan -1.223, artinya setiap nilai tingkat pendidikan di isi sesuai dengan data maka nilainya akan turun

sebesar -1.223 satuan. Hal ini berbeda dengan hipotesis yang dilakukan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat peluang kepuasan.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Dalam hasil analisis pengaruh dari variabel-variabel yang meliputi: jumlah pengeluaran, intensitas pembelian, jenis barang yang dibeli dan tingkat pendidikan akhir, maka dapat diambil beberapa kesimpulan :

1. Model estimasi yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah model *Logistic Binary*. Hasil regresi *Logistic Binary* dapat dijelaskan secara bersama-sama bahwa tingkat pengeluaran, intensitas pembelian, jenis barang yang dibeli, tingkat pendidikan memberikan pengaruh terhadap tingkat peluang kepuasan pembelian *cash Game online* yang memiliki Nilai Nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.227

(22,7%) dan sisanya 78.3% dijelaskan oleh Variabel lain selain Variabel independen pada penelitian yang dilakukan ini.

2. Variabel independen jumlah pengeluaran berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini mengakibatkan jumlah pengeluaran jika semakin tinggi jumlah pengeluarannya maka akan mempengaruhi nilai peluang kepuasan seseorang untuk membeli cash *Game online*.
3. Intensitas pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini berakibat jika semakin sering intensitas pembelian maka akan berpengaruh pada nilai peluang kepuasan seseorang untuk membeli cash *Game online*.
4. Jenis barang yang dibeli berpengaruh positif namun tidak signifikan. Dalam hal ini bahwa jenis barang yang dibeli oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kepuasan yang akan didapatkannya saat membeli cash *Game online*.
5. Tingkat pendidikan berpengaruh negatif. Hal ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak akan begitu berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pembelian cash *Game online*, dikarenakan seseorang melakukan pembelian guna untuk memaksimalkan kepuasan terhadap konsumsi barang tersebut.

### **Implikasi**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, besarnya pengeluaran berpengaruh pada besarnya tingkat kepuasan seseorang dalam membeli cash *Game online*. Untuk itu perlu adanya pertimbangan dari seseorang responden dalam melakukan pembelian suatu barang agar dapat merasakan kepuasan yang maksimal.
2. Berdasarkan hasil penelitian, intensitas pembelian sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pembelian cash *game online*. Diharapkan bagi bagi yang membeli cash *game online* lebih mementingkan berapa jumlah intensitas pembelian agar mendapatkan kepuasan yang maksimal.
3. Berdasarkan hasil penelitian, Jenis barang yang dibeli memberikan dampak yang sangat besar terhadap tingkat kepuasan pembelian cash *game online*. Untuk itu perlu adanya pertimbangan dari seseorang yang membeli barang tersebut agar kepuasan yang didapatkan semakin maksimal.
4. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat pendidikan memberikan dampak yang negatif terhadap tingkat kepuasan. Adapun yang dimaksudkan adalah bahwa besarnya tingkat pendidikan seseorang tidak akan terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pembelian cash *game online* itu sendiri.



Arief Rahadian, Muhammad. 2016. “Konstruksi Nilai Barang Virtual Dalam Fenomena *Real Money Trade*”. Yogyakarta: *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol. 3 No. 1, Januari 2016.

Ajara, Rizky .2017 . “Analisa Motif Pembelian Pada Keputusan Pembelian Barang Virtual di Permainan Online”. Manado. *Jurnal EMBA* Vol.5No.1Maret2017, Hal.87- 95

Basuki, Sulistyو. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Penaku.



Febriana Siska, Widyastuti (2012). *Dampak Permainan Game Online Terhadap Siswa*. Yogyakarta. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta

Ho, Cheng-Hsun. Dan Wu, Ting-Yun. 2012. Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games. *International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 10, No. 3, pp. 204-212

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid

1. Jakarta: Erlangga.

Nugroho Wijaya, Akbar & Dini Trupanam Alamanda. 2016. *Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online*

Newzoo. 2015. *Newzoo Casual Connect South East Asia Games Market Report*.

Schiffman, L.G., and L.L. Kanuk. (2004). 8th edition. *Consumer Behavior* Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Sugiarto, dkk. 2005. *Ekonomi Mikro (sebuah Kajian Komprehensif)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Wu, Jiming. & Liu, De. 2007. "The Effects of Trust and Enjoyment on Intention to Play Online Games". *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 8. No. 2.