

Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Muhammad Bayu Aji Prabowo

Nomor Mahasiswa : 14313263

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

Analisis Tingkat Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game

Online

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi,

Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Muhammad Bayu Aji Prabowo

Nomor Mahasiswa : 14313263

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 November 2018

Penulis,



Muhammad Bayu Aji Prabowo

PENGESAHAN

Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online

Nama : Muhammad Bayu Aji Prabowo


Nomor Mahasiswa : 14313310

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 5 November 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,


Unggul Priyadi, Dr., Msi

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL
ANALISIS PELUANG DALAM MEMBELI CASH GAMEONLINE

Disusun Oleh : **MUHAMMAD BAYU AJI PRABOWO**

Nomor Mahasiswa : **14313263**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 12 Desember 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Unggul Priyadi, Dr., M.Si.

Penguji : Jannah Saddam Ash S, SEI., MEK.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

- ✧ TERUNTUK KEDUA ORANGTUA KU YANG SELALU MENJADIKAN SEMANGAT DALAM HIDUPKU.
- ✧ KEDUA ADIKKU , VALENTIANA PUSPITA FEBRIANTI DAN SHALSABILA INDAH KARUNIA, YANG SENANTIASA MENEMANIKU BAIK SUKA MAUPUN DUKA.
- ✧ MASA DEPANKU KELAK



MOTTO

- Time... it changes people's hearts. It'll change yours too. You'll understand someday.
Flik (Suikoden II)
- You must always look forward and proceed carefully.
Leknaat



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat karunia-Nya sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar umat Islam Nabi Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada program Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Judul yang penulis ajukan adalah “**Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online**”

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan dari beberapa pihak seperti:

1. Allah SWT atas segala sesuatu yang telah diberikan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Jaka Sriyana,SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Unggul Priyadi Dr., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, semangat, serta sabar dalam melakukan bimbingan hingga pada tahap akhir skripsi.
4. Ayah dan Ibu yang senantiasa mendoakan penulis, membimbing dengan sabar dalam mengingatkan penulis untuk terus semangat dalam berkuliah dan membantu dalam hal moril maupun materil dalam perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

5. Adik adik ku kalian selalu menjadikan semangat dan tujuan untuk kakak mu ini.
6. Temen-teman kampusku, Faisal Zulmi, Agus Rahmayadi, Dwi Achtiary, Prasita Mhardikasari, Rif,at Arrifurochman, Abdul Rahman,Iqbal Hizubullah dan yang lainnya, teman-teman KKN Unit 185 angkatan 55 yang senantiasa menemani penulis dari semester satu hingga saat ini, dan senantiasa memberikan semangat dan serta membuat kegiatan canda tawa yang menjadi kenangan indah.
7. Teman-teman *Discordku* Feli, Jun, Barru, Aldo, Margo , Aji , Pak Yuno dan semuanya terimakasih kalian selalu yang selalu memberikan semangat dan hiburan canda tawa setiap malam.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga dengan terselesainya karya skripsi ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi bagi semua pihak, baik bagi penulis, pembaca, universitas, perusahaan, maupun masyarakat luas. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta,

Penulis,

Muhammad Bayu Aji Prabowo

DAFTAR ISI

Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online	i
Analisis Tingkat Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game Online	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN UJIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Permintaan	12
2.2.2 Teori Prefensi Konsumen	15
2.2.3 Teori Nilai Konsumsi	15
2.3 Rumusan Hipotesis	18
2.4 Kerangka Pikiran	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21

3.1	Jenis dan Cara Pengumpulan Data	21
3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3.1.2	Analisis Deskriptif Data.....	24
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.3	Definisi Operasional Variabel	26
3.3.1	Variabel Dependen (Y)	27
3.3.2	Variabel Independen X1, X2, X3 dan X4.....	27
3.4	Metode Analisis	29
3.4.1	Uji Regresi Logistic	29
BAB IV		33
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Deskripsi Data Penelitian.....	33
4.2	Analisis Deskriptif Data.....	33
4.3	Hasil dan Pembahasan	36
4.3.1	Regresi Model Logistic Binary	36
4.3.2	Hasil Omnibus Test	40
4.3.3	Model Summary	40
4.3.4	Hosmer dan Lemeshow test	41
4.3.5	Clasification result	42
4.3.6	Variabel in The Equation	43
4.3.7	Model Regresi yang terbentuk dan pengujian Hipotesis	44
4.4	Analisis Hasil Hubungan Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	47
4.4.1	Pengaruh Tingkat Pengeluaran Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan .	47
4.4.2	Pengaruh Intensitas Pembelian Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan .	47
4.4.3	Pengaruh Jenis Barang yang dibeli Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan	48
4.4.4	Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Peluang Kepuasan ...	48
BAB V.....		49
KESIMPULAN		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Implikasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		I

LAMPIRAN I	I
LAMPIRAN II	VII
LAMPIRAN III	VIII
LAMPIRAN IV	IX
LAMPIRAN V	IX
LAMPIRAN VI	IX
LAMPIRAN VII	X



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Populasi Penduduk Indonesia yang bermain game pertahun	5
2.1 Penelitian Terdahulu	9
3.1 Tabel Uji Reabilitas	28
3.2 Tabel Uji Validitas	29
4.1 Tabel Deskriptif Data	36
4.2 Tabel Case Processing Summary	38
4.3 Tabel Dependent Variabel Encoding	38
4.4 Tabel Iteration History ^{a,b,c}	39
4.5 Classification Table ^{a,b}	40
4.6 Tabel Iteration History ^{a,b,c,d}	41
4.7 Tabel Omnibus Tests of Model Coefficients	42
4.8 Tabel Model Summary	42
4.9 Tabel Hosmer and Lemeshow Test	43
4.10 Classification Tabel ^a	44
4.11 Tabel Variabels in the Equation	45

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia	3
1.2 Popularritas Genre Game Online di Indonesia.....	4
2.1 Kerangka Pemikiran	22

DAFTAR LAMPIRAN

1 Data Yang Digunakan	I
2 Regresi Model Binary Logistic	VII
3. Hasil Test Ominibus Testt	IX
4 Tabel Summary.....	IX
5. Tabel Hosmer and Lemeshow Test	IX
6. Classification Tabel ^a	IX
7 Tabel Variabels in the Equation	X

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet sudah dapat diakses dari segala jangkauan dan pelosok daerah, perkembangan *game online* menjadi sangat populer dikalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. *Game online* merupakan adalah sebuah jenis video permainan yang hanya dapat dijalankan apabila suatu perangkat yang digunakan untuk bermain *game* terhubung dengan jaringan internet. Setiap individu mulai tertarik dengan adanya perkembangan *game online* yang sudah meranah pada komputer maupun pada *handphone*. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah masyarakat yang sangat besar di dunia. Banyaknya jumlah masyarakat ini maka perkembangan *game* sendiri lebih cepat untuk tumbuh di sekitar kita. Dalam dekade terakhir, *game online* telah berkembang dengan pesat karena kemajuan komputerisasi dan penetrasi yang luar biasa dari kecepatan internet yang tinggi (Wu dan Liu, 2007).

Mengacu pada kalimat diatas, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dua dekade terakhir. Para pengguna internet di Indonesia semakin meningkat cukup pesat. Adapun penggunaan internet tersebut antara laki-laki dan wanita sama besarnya. Hal ini yang membuat perkembangan pasar *game online* di Indonesia sangat maju. *Game online* saat ini telah berkembang sedemikian rupa seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi itu sendiri (Arifanto dalam Febriana, 2012). Dalam beberapa tahun kebelakang saja beberapa *game* sudah

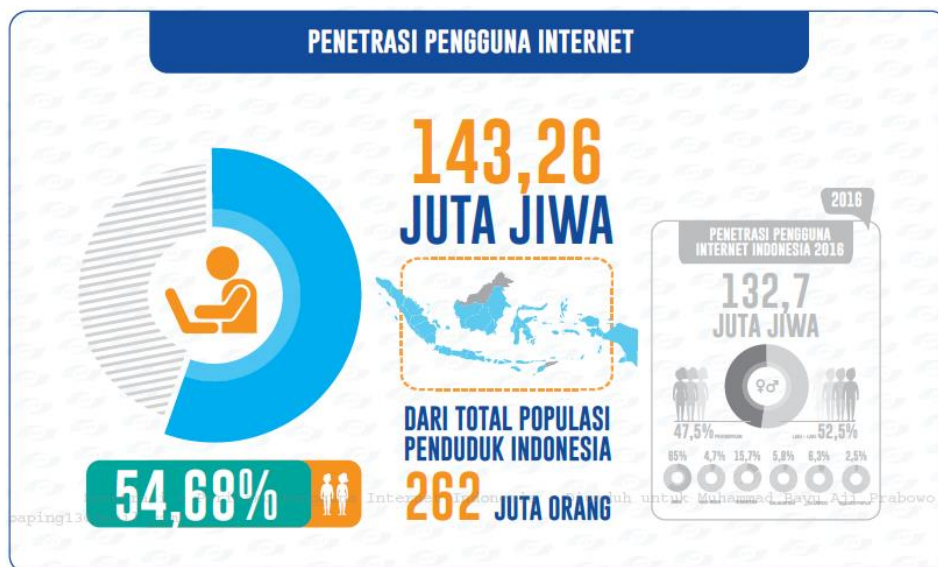
banyak di minati dalam berbagai kalangan. Dengan menampilkan cara bermain yang mudah serta menarik menjadikan beberapa game sangat populer dikalangan masyarakat.

Pemain *game online* sendiri bukan hanya dari kalangan anak-anak saja, akan tetapi mayoritas penggunanya adalah remaja. Banyak remaja yang berpartisipasi dalam permainan game online. Selain untuk mencari para pemenang juga sebagai tujuan mencari teman ataupun silaturahmi bagi para pecinta *game online*. Bermula dari bermain secara online bersama banyak teman atau dari ajakan teman untuk bermain game online bersama di *game centre* (Febriana, 2012).

Namun dalam perkembangan game tersebut pasti ada yang dinamakan *microtransaction* atau dapat disebutkan pembelian item dalam game. Secara umum pembelian item dalam game ini dapat membantu memainkan game lebih mudah. Alasan utama seorang individu melakukan *microtransaction* sendiri berupa mereka menginginkan barang yang menarik ataupun barang yang langka yang hanya ada pada periode tersebut. Barang langka yang dimaksud sendiri adalah sejenis barang virtual yang diperjualbelikan oleh pengembang game dengan tujuan mendapatkan ketuntungan. Adapun menurut Lin and Sun (2007) barang virtual adalah benda non-fisik dan uang yang dibeli untuk digunakan dalam komunitas online atau game online.

Bagi pengembang game, kemajuan dari perkembangan game merupakan peluang besar yang sangat terbuka. Cara-cara pengembang game mendapatkan untung adalah dari menggunakan sistem pembayaran yang terjangkau untuk

mengakses game dan pendapatan terbaik berasal dari penjualan barang virtual atau barang virtual (Mastel dalam Rizky, 2017).

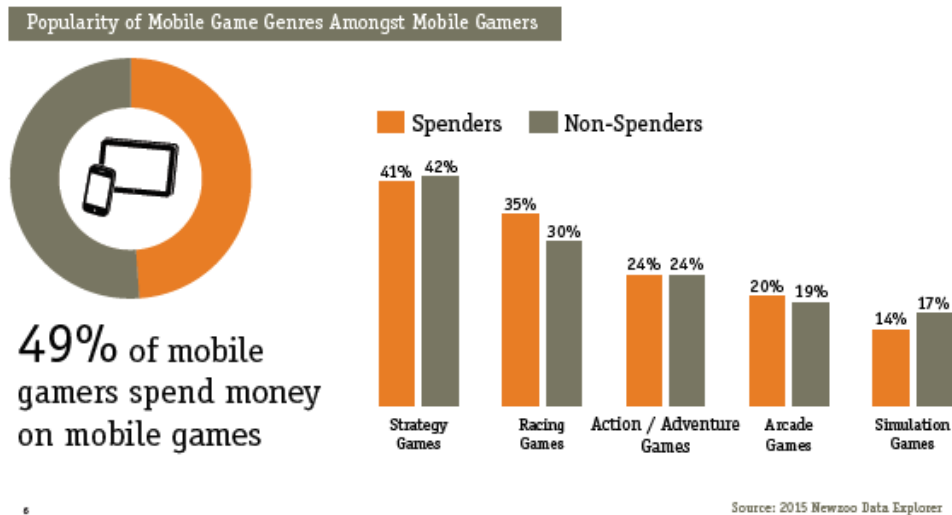


Sumber: Hasil Survei 2017 APJJI

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. Peningkatan penggunaan internet ini terjadi karena kemudahan untuk membeli paket internet yang disediakan oleh provider serta mudahnya membeli *handphone*.

Menurut Newzoo pada survey yang dilakukan, diperkirakan pada tahun 2014, Sebagian besar pemain ponsel di Indonesia telah menghabiskan uang untuk *game* seluler. *Game seluler* merupakan jenis game yang dapat dimainkan atau khusus untuk perangkat *mobile phone* atau PDA. Game strategi adalah yang paling populer genre seluler, dengan persentase yang sama dari pembelanja dan non pembelanja di seluruh lima genre seluler teratas di Indonesia.(Newzoo, 2015).



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. *Game* bergenre strategi adalah video *game* yang lebih memerlukan keahlian berpikir dan memutuskan setiap gerakan secara hati-hati dan terencana. Video *game* strategi biasanya memberikan pemain atas kendali tidak hanya satu orang tapi minimal sekelompok orang dengan berbagai jenis tipe kemampuan, sampai kendaraan, bahkan hingga pembangunan berbagai bangunan, pabrik dan pusat pelatihan tempur, tergantung

dari tema ceritanya. Jumlah genre bersifat strategi 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 pemain telah melakukan pembelian item dalam game. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pembelian item dalam game mungkin dapat membantu dalam mempermudah menjalankan permainan.

Tabel 1.1 Populasi Penduduk Indonesia yang bermain game pertahun 2014

Population	252,800,800
Online Population	526,600,000
Gamers	34,000,000
Paying Gamers	19,900,000
Annual Spend / Payer	\$9.12
2014 Revenues (exl. Tax)	\$181,100,000

Sumber : Newzoo 2014 SEA Games Market Report

Pada Tabel 1.1 dapat dijelaskan menurut data yang dimiliki oleh Newzoo, jumlah populasi di Indonesia sendiri per tahun 2014 adalah sekitar 252 juta jiwa. Dengan jumlah sebesar itu lebih dari 20% dari jumlah populasi sudah lebih mengenal internet sebagai kesehariannya. Adapun dari sebagian besar jumlah populasi tersebut yang sudah mengenal game sebesar 34 juta jiwa. Dari rata-rata para pemain game tersebut, mereka mengeluarkan \$9.12 pada setiap game yang mereka mainkan. Hal ini yang dapat menjelaskan bahwa pendapatan dari sektor game sangatlah besar yaitu pertahun 2014 sebesar \$181 juta.

Faktor-faktor yang membuat orang lebih memilih melakukan pembelian *cash game online* (mata uang dalam *game online*) yaitu :

1. Adanya item limited yang hanya tersedia pada saat itu.

Hal ini dipercaya bahwa ketika ada barang yang bersifat tidak akan di rilis pada event selanjutnya (limited) menyebabkan Seseorang untuk membeli *cash game online*. Mereka beranggapan barang virtual yang dibeli akan menjadi mahal dikemudian hari, atau bisa dikatakan mereka menggunakan konsep investasi.

2. Lifestyle dan gengsi

Sebagian orang beranggapan bahwa pembelian *cash game online* dapat meningkatkan lifestyle dan gengsi seseorang pada sebuah game. Adapun dengan pembelian *cash game online* tersebut seseorang dapat membeli skin character yang mana dapat memperbagus tampilan pada game tersebut. Skin karakter sendiri merupakan sebuah item kosmetik yang kegunaan dari item tersebut adalah untuk memperbagus *character* dalam game. Penampilan seseorang di dalam game sangat berpengaruh pada gengsi yang ada. Seseorang akan lebih percaya diri ketika *character* di game tersebut berbentuk menarik kurang lebih sama halnya ketika membeli pakaian untuk digunakan

3. Adanya efek tambahan ketika membeli item dalam game

Adanya hadiah tambahan yang menjadi pendorong seseorang untuk melakukan pembelian *cash game online*. Hal ini pun yang menarik minat

seseorang untuk melakukan pembelian secara berkala dan terus menerus, dengan tujuan untuk mengaktifkan hadiah tambahan yang sewaktu waktu bisa diambil.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis mengajukan judul “**Analisis Peluang Kepuasan dalam membeli *Cash Game Online***” sebagai bahan penelitian untuk diteliti lebih lanjut

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penulisan ini akan membahas tentang “Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli *Cash Game Online*” dan dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh jumlah pengeluaran secara parsial terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*?
2. Bagaimanakah pengaruh intensitas seseorang secara parsial terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*?
3. Bagaimanakah pengaruh jenis barang yang dibeli secara parsial terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*?
4. Bagaimanakah pengaruh tingkat pendidikan terakhir secara parsial terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah diatas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh besarnya pengeluaran secara parsial terhadap terhadap analisis peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*.
2. Untuk menganalisis pengaruh intensitas pembelian secara parsial terhadap terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*.
3. Untuk menganalisis pengaruh jenis barang yang dibeli secara parsial terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*.
4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terakhir seseorang terhadap peluang kepuasan dalam membeli *cash game online*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Bagi Penulis, yaitu akan memberikan pengetahuan baru bagaimana pengaruh tingkat kepuasan seseorang terhadap jumlah pembelian *cash game online*.

Bagi peneliti selanjutnya, dengan penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penulisan yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

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. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Ada beberapa landasan ilmiah dari beberapa ahli dalam masa ke masa. Permasalahannya dapat dilihat dari perbedaan penelitian-penelitian tersebut dari tahun ke tahun.

Untuk menunjang penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menjadi alat acuan penulis untuk penelitian ini yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Keterangan Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Terdahulu
1	Muhammad Arief Rahardian, "Konstruksi Nilai Barang Virtual dalam Fenomena RMT" <i>Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1,</i>	Penelitian ini membahas tentang adanya minat seseorang untuk melakukan pembelian barang dalam game atas dasar perefensi barang virtual yang dianggap berharga oleh pemain. Yang kemudian dalam pelaksanaannya sampai berujung dalam praktik RMT dalam sebuah game.

	<i>Januari 2016</i>	<p>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.</p> <p>Dengan adanya factor tersebut, dapat disimpulkan bahwa seseorang dalam membeli sebuah barang memikirkan apakah barang yang dibelinya akan dapat dijual kembali untuk mendapatkan keuntungan kedepannya.</p>
2	<p>Akbar Nugroho Wijaya, Dini Turipanam Alamanda, “Kajian Teori Nilai Konsumsi terhadap Pembelian Barang virtual pada game online moba” (e-Proceeding of Management : Vol.3, No.1 April 2016)</p>	<p>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. Adapun dalam penelitian yang dilakukan tingkat kepuasan terhadap game merupakan variabel faktor yang memiliki nilai yang besar sedangkan faktor pertemanan memiliki nilai terendah dalam mendorong seseorang untuk melakukan pembelian game online. Faktor ekonomi dan ekspresi diri juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi player.</p> <p>Dalam pembelian virtual goods. Industri game online maupun developer harus menjaga kestabilan harga dan melaksanakan rentang waktu yang cukup saat diadakan event, hal ini dapat mengurangi disonansi kognitif yang dialami oleh player lama.</p>
3	<p>Rizky Ajara , “ Analisa Motif Pembelian pada Keputusan Pembelian Barang Virtual di Permainan Online” (Jurnal EMBA Vol.5 No.1 Maret 2017, Hal. 87 – 95)</p>	<p>Penelitian yang dilakukan membahas tentang motive Seseorang dalam membeli barang virtual. Pada penelitiannya ini didapatkan hasil yang berupa 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.</p>

4	Erni Dwi Pratiwi, “ Niat pembelian barang pada game online memalui teori konsumsi dengan AMOS21” , (Jurnal Pilar Nusa Mandiri Vol. XI, No.2 September 2015)	<p>Penelitian yang dilakukan dengan beberapa Variabel penting ; Tingkat Kepuasan karakter , Tingkat kompetensi karakter , Nilai otoritas visual , Nilai Uang, Identifikasi Karakter, Niat membeli , didapatkan bahwa factor enjoyment(kepuasaan) serta visual yang ditampilkan tidak mempengaruhi niat Seseorang untuk membeli item game. Adapun keinginan seseorang membeli barang game online sendiri hanya dipengaruhi oleh beberapa seperti apakah barang yang dibeli memiliki pengaruh terhadap permainan maupaun value dari barang tersebut.</p> <p>Pembelian item dengan harga yang dianggap masuk akal berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian item.</p>
5	Choirul Fajri, “Tantangan Industri Kreatif-Game Online di Indonesia” Jurnal Komunikasi, Volume 1, Nomor 5, Juli 2012	<p>Penelitian ini memiliki hasil dimana adanya perkembangan industry game online selain peningkatan perekonomian namun masih memiliki beberapa dampak negatif. Seperti kecanduan bagi para pengguna game yang kemudian mengarah pada tindak kriminalitas.</p>
6	Kaniawal Putra. A “ Motif <i>Players</i> dalam proses pembelian virtual goods pada permainan <i>Gameonline</i> ”	<p>Player membeli barang virtual didorong oleh beberapa faktor, baik itu internal dan eksternal. Dengan memiliki motif yang tinggi, player mengetahui akan kebutuhannya didalam permainan game online yang dimainkan. Player game online menyadari akan dorongan kebutuhannya dalam permainan game online sehingga mereka melakukan pembelian virtual goods guna memenuhi kebutuhannya tersebut.</p>
7	Bastian “ Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai Virtual Item dan Kepuasan Game terhadap Intensi Pembelian. Virtual Item dalam Game Online “DOTA II <i>JURNAL MANAJEMEN</i>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kompetensi karakter terhadap intensi pembelian virtual item dalam game online DOTA II. Ada pengaruh positif nilai virtual item terhadap intensi pembelian virtual item.</p>

	<i>BISNIS INDONESIA</i> <i>Vol.4 Edisi IV</i>	
--	--	--

Penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam menulis skripsi adalah milik Erni Dwi Pratiwi “Niat pembelian barang pada game online memalalui teori konsumsi dengan AMOS21” dan Akbar Nugroho Wijaya, Dini Turipanam Alamanda “Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual pada *Game Online Moba*” pada teori yang dikaji hampir sama dengan penelitian sebelumnya namun pada jenis variabel serta metode yang digunakan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaaan yang terjadi ada metode yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi *logistic binary*, yang menggunakan variabel dummy sebagai variabelnya independennya.

2.2 Landasan Teori

Keinginan seseorang dalam melakukan pengeluaran terhadap suatu barang sangat dipengaruhi oleh banyak faktor penting. Dari faktor tersebut seseorang dapat menentukan apakah besarnya barang yang di konsumsi sangat cukup dengan kepuasan kebutuhan yang saat ini di butuhkan.

2.2.1 Teori Permintaan

Seseorang dalam memenuhi kebutuhannya, pertama kali yang akan dilakukan adalah pemilihan atas barang dan jasa yang dibutuhkan, apakah harganya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki atau tidak. Jika harga tidak sesuai, maka akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan. Perilaku tersebut sesuai dengan hukum permintaan (Samuelson & Nordhaus,

2004), yang mengatakan bahwa jika harga suatu barang atau jasa naik, maka jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen akan mengalami penurunan. Dan sebaliknya bila harga dari suatu barang atau jasa turun, maka jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen akan mengalami kenaikan (*ceteris paribus*).

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,2007). Pada Variabel X1(Jumlah pengeluaran) memiliki hubungan terhadap teori permintaan yaitu besarnya jumlah pengeluaran berakibat mempengaruhi keinginan untuk melakukan konsumsi terhadap suatu barang. Ketika terjadi perubahan jumlah pengeluaran yang dikonsumsi, maka akan berdampak pada jumlah barang yang akan dikonsumsi (diminta atau dibeli). Jika pengeluaran masyarakat naik, maka jumlah barang yang diminta relative akan meningkat. Akan tetapi perubahan ini juga ditentukan oleh jenis-jenis barang yang akan dibeli tersebut.

2.2.1.1 Faktor yang mempengaruhi Permintaan

Harga Barang itu Sendiri

Harga barang akan memengaruhi jumlah barang yang diminta. Jika harga naik jumlah permintaan barang tersebut akan meningkat, sedangkan jika harga turun maka jumlah permintaan barang akan menurun.

Selera Konsumen

Jika selera konsumen terhadap barang tertentu meningkat maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat pula. Misalnya, sekarang ini terdapat event yang mana menjanjikan hadiah tertentu jika membeli game cash dengan nominal yang ditentukan. Maka pada utamanya konsumen akan melihat terlebih dahulu apakah hadiah yang diberikan akan memberikan benefit atau sesuai selera. Karena selera akan mempengaruhi permintaan terhadap barang tersebut.

Pendapatan

Apabila pendapatan yang diperoleh tinggi maka permintaan akan barang dan jasa juga semakin tinggi. Sebaliknya jika pendapatannya turun, maka kemampuan untuk membeli barang juga akan turun. Akibatnya jumlah barang akan semakin turun.

Intensitas Kebutuhan Konsumen

Intensitas kebutuhan konsumen berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta. Kebutuhan terhadap suatu barang atau jasa yang tidak mendesak, akan menyebabkan permintaan masyarakat terhadap barang atau jasa tersebut rendah. Sebaliknya jika kebutuhan terhadap barang atau jasa sangat mendesak maka permintaan masyarakat terhadap barang atau jasa tersebut menjadi meningkat. Hal ini juga mempengaruhi terhadap pembelian *cash game online* dikarenakan intensitas pembelian seseorang yang semakin banyak menandakan konsumsi orang tersebut sangat besar terhadap pembelian barang tersebut.

2.2.2 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, 2010). 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).

2.2.3 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 agardapat 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 beralih ke 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.



2.3 Rumusan Hipotesis

Variabel independen X1 (Jumlah Pengeluaran pembelian *cash game online*) dengan variabel dependen Y (Tingkat peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*)

Pengeluaran yang di definisikan berupa sejumlah uang untuk melakukan konsumsi pada sebuah barang atau jasa agar sebuah kebuasan terepenuhi. Secara umum jumlah pengeluaran seseorang sangat tidak menentu tergantung jenis barang yang di belanjakan.

H1: Diduga bahwa variabel jumlah pengeluaran pembelian *cash game online* berpengaruh positif terhadap peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*.

Variabel independen X2 (Intensitas pembelian *cash game online*) dengan variabel dependen Y (Tingkat peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*)

Intensitas pembelian *cash game online* ini yang dimaksud adalah jumlah beberapa kali seseorang melakukan pembelian *cash game*. Jumlah ini dapat menentukan apakah seseorang akan puas dengan mengeluarkan jumlah x untuk mendapatkan barang tertentu.

H2: Diduga bahwa variabel intensitas pembelian *cash game online* berpengaruh positif terhadap peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*.

Variabel independen X3 (Jenis Barang yang dibeli) dengan dengan variabel dependen Y (Tingkat peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*)

Variabel jenis barang yang dibeli ini menentukan jumlah pembelian Seseorang terhadap pembelian *cash game online*, disebabkan sebagian item akan membantu dalam memainkan game. Adapun barang rare yang ditawarkan akan mendorong seseorang untuk membeli *cash game online*. Tingkat kepuasan seseorang untuk mendapatkan barang rare yang ditawarkan menjadi salah satu faktor pendorong yang positif untuk melakukan pembelian.

H3: Diduga bahwa variabel jenis barang yang dibeli berpengaruh positif terhadap peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*.

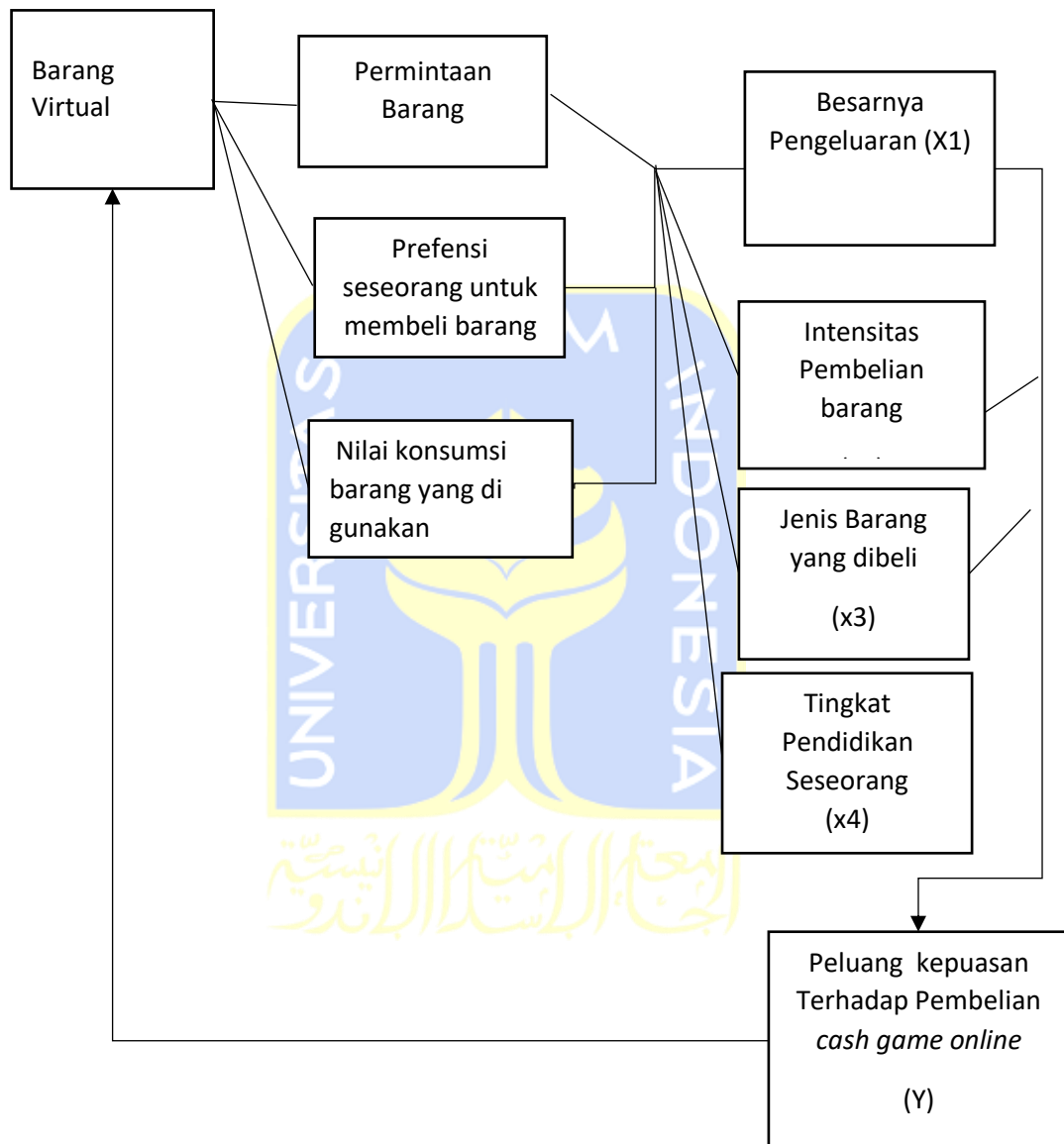
Variabel Independen X4 (Tingkat Pendidikan Seseorang) dengan Variabel dependen Y (Tingkat peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*)

Variable tingkat pendidikan dapat menentukan jumlah tingkat konsumsi seseorang. Yaitu dengan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka konsumsi yang di lakukan akan semakin kecil karena mereka mulai memikirkan untuk kedepannya.

H4: Diduga bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap peluang kepuasan seseorang untuk membeli *cash game online*.

2.4 Kerangka Pikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat suatu kerangka pikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Penulis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data *primer*. Data *primer* ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Umi Narimawati, 2008).

Dimana semua data terkait variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini diperoleh menggunakan metode kuis online dimana masyarakat Indonesia, terutama para pemain game dapat menjawab pertanyaan yang telah disediakan penulis dengan menggunakan link kuesioner yang di *share* menggunakan *google forms*. *Google forms* atau *google form* adalah alat yang berguna untuk membantu merencanakan acara, mengirim survei, memberikan orang lain kuis, atau mengumpulkan informasi yang mudah dengan cara yang efisien.

3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1.1.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2010) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran duakali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur

sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh).

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0.60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel). Untuk menghitung uji reliabilitas tes bentuk uraian dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach-Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

dengan:

r_{11} adalah koefisien reliabilitas

n adalah banyaknya butir soal.

s_i^2 adalah varians skor soal ke- i .

s_t^2 adalah varians skor total.

Rumus *Cronbach-Alpha*

Berikut merupakan hasil Uji Reliabilitas Menggunakan Microsoft Excel :

Tabel 3.1 Uji Reliabilitas

Variabel	X1	X2	X3	X4
Varian data	1.515789474	1.607894737	0.252631579	0.252631579
Jumlah Varian data	3.628947368			
Reliabilitas	0.776408025			

Sumber : Hasil Olahan Microsoft Office 2010

Dari hasil uji reliabilitas diatas didapatkan hasil masing masing varian dari tiap masing-masing variabel, untuk X1 sebesar 1.515789474 . X2 1.607894737 . x3 0.252631579 dan x4 0.252631579. Hasil keseluruhan varian x1-x4 adalah 0.252631579. Untuk nilai Reliabilitas yang didapatkan dari data varian varian tersebut adalah = 0.776408025 > dari 0.60. maka data tersebut dapat disimpulkan reliabel

3.1.1.2 Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2010) adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitain. Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untukmendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang apabila digunakan

beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya.

Berikut merupakan hasil uji Validitas Menggunakan Microsoft Excell

Tabel 3.2 Uji Validitas

Keterangan	X1	X2	X3	X4
RXY	0.807667637	0.859292833	0.494593398	0.58234384
Thitung	5.811435992	7.127634738	2.414363087	3.039176079
Ttabel	1.734063607			
Keterangan	Valid	Valid	Valid	Valid
Jumlah Valid	4			

Sumber : Hasil Olahan Microsoft Office 2010

Dari Tabel didapatkan uji Validitas terhadap Data yang digunakan. Didapatkan nilai thitung pada Variabel x1 5.811435992 , x2 7.127634738, x3 2.414363087 dan x4 3.039176079. Dengan nilai T tabel sebesar 1.734063607. Maka dapat disimpulkan untuk masing masing data dapat dinyatakan, jika nilai Thitung > dari nilai Ttabel maka data dapat disimpulkan valid.

3.1.2 Analisis Deskriptif Data

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”.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pemain *game online* Indonesia yang membeli cash game online.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 134 dari responden yang telah mengisi *google form* dalam rentang pengambilan data selama satu minggu. Dalam penelitian ini penulis mempersempit sample yaitu jumlah seluruh responden sebanyak 134 dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut (Sugiyono ,2011)

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,05

Jumlah sample dalam penelitian ini adalah sebanyak 134 responden, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{134}{1 + 134(0.05)^2}$$

$$N = \frac{134}{1.335}$$

= 100.374 = dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 100 orang atau sekitar 74% dari seluruh responden yang didapatkan.

Metode pengambilan sampel secara non probabilitas atau pemilihan non random berupa *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2006) pengertiannya adalah: teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah pemain *game online* yang minimal pernah mengeluarkan uang untuk membeli *cash game online* dan membelinya lebih dari sekali.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses

pengukuran variabel-variabel tersebut (Sarwono, 2006). Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran

Pada penelitian ini menggunakan empat variabel yang akan di teliti, variabel tersebut terdiri dari Tingkat Pendapatan , Intensitas pembelian , Jenis barang yang di beli, serta Tingkat Pendidikan. Berikut definisi operasional dari masing-masing variabel;

3.3.1 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2008) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat peluang kepuasan seseorang dalam membeli *cash game online*. Peluang kepuasan seseorang diukur menggunakan skala nominal. Dalam mengidentifikasi nilai kepuasan Seseorang diukur menggunakan angka – angka sebagai symbol. Tingkat pengklasifikasian jawabannya bisa berupa “ya” dan “tidak” yang disimpulkan berdasarkan nilai yang didapatkan dari pengaruh variabel independen.

3.3.2 Variabel Independen X1, X2, X3 dan X4

Variabel independen menurut Sugiyono (2008) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah Pengeluaran merupakan Variabel X1, jumlah yang dikeluarkan seseorang saat melakukan pembelian cash game online pada suatu waktu tertentu. Jumlah ini dinyatakan dalam satuan rupiah. Pada

variabel ini bersifat bebas dikarena jumlah pengeluaran seseorang sangat berbeda beda tergantung kebutuhan seseorang..

2. Intensitas pembelian *cash game online* merupakan variabel X2, intensitas pembelian ini menjelaskan berapa kali seseorang dalam satu waktu *event* melakukan pembelian *cash game online*. Dengan adanya jumlah intensitas ini dapat menentukan pengaruh pembelian *cash game online* terhadap kepuasan seseorang. Intensitas pembelian di hitung menggunakan skala nominal. Yaitu pengklasifikasian jawaban berdasarkan jumlah berapa kali seseorang membeli *cash gameonline*. Mulai dari jawaban 1 = 1x , 2 = 2x , 3 = 3x , 4 = lebih dari 3x.
3. Jenis Barang yang dibeli, merupakan variabel X3, Variabel jenis barang yang dibeli ini menjelaskan jenis barang yang dibeli menggunakan *cash game online*. Barang tersebut bisa berupa *item-item* khusus maupun *costume character*. Untuk penilaian jenis barang ini jawaban pertanyaan disediakan berupa tipe 1 = *Premium service* dan 0 = *Non Premium service*.
4. Tingkat Pendidikan merupakan Variabel X4 , pada Variabel tingkat pendidikan merupakan Variabel yang sangat penting. Dikarenakan besarnya tingkat pendidikan Seseorang akan memengaruhi seberapa besar dia akan melakukan konsumsi terhadap suatu barang. Untuk penilaian jawaban tingkat pendidikan dibagi menjadi, 1 = SMP, 2 = SMA / SMK , 3 = S1 dan D3

3.4 Metode Analisis

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*.

3.4.1 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 Jumlah Pengeluaran, Intensitas Pembelian, Jenis barang yang dibeli dan Tingkat Pendidikan Terakhir terhadap Peluang Kepuasan dalam membeli *cash game online*. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi (α) 5%.

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

1. Menilai Model Fit

Adanya pengurangan nilai antara - 2LogL awal (initial - *2LL function*) dengan nilai - 2LogL pada langkah berikutnya menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data (Ghozali, 2006). *Log Likelihood* pada regresi

logistik mirip dengan pengertian "*Sum of Square Error*" pada model regresi, sehingga penurunan *Log Likelihood* menunjukkan model regresi semakin baik.

Hipotesis untuk menilai model fit adalah:

H0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data.

H1 : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

2. Menilai Kelayakan Model Regresi

Kelayakan model regresi dinilai menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of fit* sama dengan atau kurang dari 0.05 maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness fit* model tidak baik karena tidak dapat memprediksikan nilai observasinya. Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of fit* lebih besar daripada 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena sesuai dengan data observasinya (Ghozali, 2006)

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel–variabel independen mampu memperjelas variabilitas variabel dependen. 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.

4. Matrik Klasifikasi

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

5. 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 (α) 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 dependen.

Model yang akan digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$LN EM/(1 - EM) = \alpha + \beta_1JP + \beta_2IP + \beta_3JByd + \beta_4TPA$$

Keterangan:

EM = Dummy Variabel Tingkat Peluang Kepuasan Membeli *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

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor menguraikan hasil analisis serta pembahasan Analisis Peluang Kepuasan Individu dalam Membeli *Cash Game Online*. Dalam penelitian ini analisis dilakukan pada sejumlah data *primer* dengan sampel sebanyak 100, dalam menganalisis dan mengolah data penelitian menggunakan SPSS dengan menggunakan model regresi *logistic binary*. Analisis hasil regres ini menjelaskan model regresi dan uji sesuai dengan persyaratan yang ditentukan untuk model yang terbaik sehingga mampu menjelaskan permasalahan yang hendak dijawab dan sesuai dengan tujuan penelitian.

4.2 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 Jumlah Pengeluaran, Intensitas Pembelian, Jenis Barang yang dibeli, Tingkat Pendidikan Terakhir dari para responden.

Tabel 4.1 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)
Sum	59	29700	242	38	230
Mean	0.59	297	2.42	0.38	2.3
Min	0	100	1	0	2
Max	1	650	4	1	3
Modus	1	250	1	0	2

Sumber : Hasil Olahan Microsoft Office 2010

Hasil Analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.1 yaitu membuktikan bahwasannya hasil jumlah observasi yang dilakukan sebanyak 100 responden sebagai sample. Dalam table 4.1 didapatkan rata-rata tingkat peluang kepuasan responden terhadap pembelian *cash game online* sangatlah terlihat. Dari jumlah 100 responden yang ada hamper 59 orang merasa puas terhadap pembelian *cash game online*.

Dilihat dari variabel Pengeluaran didapatkan bahwa rata rata pengeluaran yang didapatkan dari data sebesar Rp297.0000,- . Nilai pengeluaran rata rata per bulan terbesar yang dikeluarkan oleh responden dalam membeli *cash gameonline* adalah sebesar Rp650.000,- besarnya pengeluaran tersebut ditafsikan bahwa sang responden lebih senang mengeluarkan dana untuk mendapatkan suatu barang yang terdapat pada game tersebut atau adanya faktor barang yang dapat membantu untuk lebih memudahkan dalam permainan. Kemudian didapat nilai terkecil dalam pengeluaran responden sejumlah Rp100.000,- nilai pengeluaran tersebut

disimpulkan bahwa adanya factor sang responden melakukan pengeluaran hanya untuk mencoba melakukan pembelian pertama kali saja.

Dilihat dari variabel intensitas pembelian didapatkan bahwa rata rata intensitas pembelian responden 2.4 atau dapat disimpulkan menjadi 2 kali. Nilai intensitas pembelian terbesar dalam data ini adalah 4 yaitu pembelian *cash game online* oleh responden ini lebih dari 3 kali. Dapat disimpulkan bahwa pada intensitas ini responden sudah sering melakukan pembelian *cash game online* setiap bulan. Kemudian untuk nilai terkecil dalam intensitas pembelian adalah 1 yaitu jumlah pembelian *cash game onlinenya* adalah satu. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa pembelian *cash game online* ini hanya untuk mencoba membeli dan merasakan *benefit* yang diterima.

Dilihat dari variabel jenis barang yang dibeli, pada variabel ini terdapat dua jenis penilaian yaitu 0 = barang *non premium services*, kemudian 1 = barang *premium services*. Jika dikaji dari responden yang didapatkan, rata rata dari sebagian besar lebih memilih nilai 0 (barang *non premium services*) sebagai barang utama yang dibeli.

Dilihat pada variabel tingkat pendidikan terakhir responden, pada variabel ini terdapat jenis penilaian yaitu 1= lulusan smp 2= lulusan Sma/smk 3= lulusan S1/D3. Nilai yang lebih sering keluar dalam variabel ini adalah 2. Dapat disimpulkan bahwa rata rata responden yang membeli *cash game online* memiliki tingkat pendidkat akhir yaitu lulusan SMA maupun SMK.

4.3 Hasil dan Pembahasan

4.3.1 Regresi Model Logistic Binary

Regresi logistik adalah sebuah pendekatan untuk membuat model prediksi seperti halnya regresi linear atau yang biasa disebut dengan istilah *Ordinary Least Squares (OLS) regression*. Perbedaannya adalah pada regresi logistik, peneliti memprediksi variabel terikat yang berskala dikotomi. Skala dikotomi yang dimaksud adalah skala data nominal dengan dua kategori, misalnya: Ya dan Tidak.

Tabel 4.2 **Case Processing Summary**

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	100	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	100	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		100	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel *case processing summary* adalah ringkasan jumlah sample sebanyak 100 sample yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.3 **Dependent Variabel Encoding**

Original Value	Internal Value
Tidak Puas	0
Puas	1

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel Merupakan kode Variabel dependen, yaitu kategori “Tidak puas” dengan Kode 0 dan “Puas” dengan kode 1. Oleh karena itu yang diberikan kode 1 adalah “Puas”.

Tabel 4.4 **Iteration History**^{a,b,c}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step 0	1	135.372	.360
	2	135.372	.364
	3	135.372	.364

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 135.372

c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan Tabel *Iteration History* pada block 0 atau saat variabel independen tidak dimasukkan dalam model: N = 100 mendapatkan Nilai *-2 Log Likelihood*: 135.372.

Degree of freedom (DF) = N-1 = 100 – 1 = 99. *Chi Square* (x²) table pada DF 99 = 123.225

Nilai *-2 Log Likelihood* (135.372) > x² Tabel (123.225) sehingga menolak H₀, maka menunjukkan bahwa model sebelum memasukan variabel independen adalah tidak fit dengan data.

Tabel 4.5 **Classification Table**^{a,b}

Observed		Predicted			
		Tingkat Kepuasan		Percentage	
		Tidak Puas	Puas	Correct	
Step 0	Tingkat Kepuasan	Tidak Puas	0	41	.0
		Puas	0	59	100.0
Overall Percentage					59.0

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is .500

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan *Classification Table*, merupakan tabel kontingensi 2 x 2 yang seharusnya terjadi atau disebut juga frekuensi harapan berdasarkan data empiris variabel dependen, di mana jumlah sampel yang memiliki kategori variabel dependen referensi atau kepuasan (kode 1) yaitu mengalami “Puas” sebanyak 59. Sedangkan yang “Tidak Puas” sebanyak 41 orang. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sehingga nilai overall percentage sebelum variabel independen dimasukan kedalam model sebesar : $59/100 = 59\%$.

Tahap entry variabel dependen terhadap independen pada regresi yang dilakukan.

Tabel 4.6 Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration	-2 Log likelihood	Constant	Jumlah Pengeluaran	Coefficients		
				Intensitas Pembelian	Jenis Barang Yang dibeli	Tingkat Pendidikan Akhir
S 1	117.374	1.452	.000	.471	.041	-1.038
te 2	116.958	1.688	.001	.550	.050	-1.211
P 3	116.956	1.704	.001	.555	.050	-1.223
1 4	116.956	1.704	.001	.555	.050	-1.223

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 135.372

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan *tabel Iteration history Block 1* atau saat variabel independen dimasukkan dalam model: $N=100$. *Degree of Freedom* (DF) = $N - \text{Jumlah variabel independen} - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$. Chi Square (χ^2) table DF 95 dan Prob 0.05 adalah 118.751.

Nilai *-2log Likelihood* (135.372) > χ^2 tabel (118.751) sehingga menolak H_0 . Maka menunjukkan bahwa model dengan memasukan variabel independen adalah tidak fit.

4.3.2 Hasil Omnibus Test

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel independen yang secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	18.415	4	.001
	Block	18.415	4	.001
	Model	18.415	4	.001

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan pada table 4.7 nilai *Chi square* (x^2) 18.415 > X^2 tabel pada DF 4 (jumlah variabel independen 4) yaitu 9.487 atau dengan signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ sehingga menolak H_0 , yang menunjukkan bahwa penambahan variabel independen dapat memberikan pengaruh nyata terhadap model.

4.3.3 Model Summary

Pengujian ini dilakukan untuk melihat nilai *Pseudo Rsquare* dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.8 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	116.956 ^a	.168	.227

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel *Model Summary*: Untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, digunakan nilai *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square*. Nilai-nilai tersebut disebut juga dengan *Pseudo R-Square* atau jika pada regresi linear (OLS) lebih dikenal dengan istilah *R-Square*.

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 $100\% - 22.7\% = 78.3\%$ faktor lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen.

4.3.4 Hosmer dan Lemeshow test

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 4.9 Hosmer and Lemeshow Test

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

Sumber : Hasil Olahan 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 gagal menolak H_0 .

4.3.5 Clasification result

Tabel 4.10 Classification Table^a

	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 : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan *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 $12 + 47 = 56$. Yang bena-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%.

4.3.6 Variabel in The Equation

Tabel 4.11 Variabels in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	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		
			8						

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan variabel *in the equation* diatas, hanya ada 2 variabel yang mengalami signifikasi terhadap Y didalam model.

X1 atau Jumlah pengeluaran mempunyai nilai Sig Wald $0.792 > 0.05$ sehingga Gagal Menolak H_0 atau yang berarti variabel pengeluaran tidak memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pembelian *cash game online*.

X2 atau intensitas pembelian mempunyai nilai Sig Wald $0.004 < 0.05$ sehingga Menolak H_0 atau yang berarti intensitas pembelian memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pembelian *cash game online*.

X3 atau jenis barang yang dibeli mempunyai nilai Sig Wald 0.919 sehingga Gagal Menolak H_0 atau yang berarti Variabel pengeluaran tidak memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pembelian *cash game online*.

X4 atau tingkat pendidikan memiliki nilai Sig Wald 0.014 <0.05 sehingga Menolak H0 atau yang berarti tingkat pendidikan akhir responden memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pembelian *cash game online*.

4.3.7 Model Regresi yang terbentuk dan pengujian Hipotesis

Model regresi logistik dapat dibentuk dengan melihat pada nilai estimasi parameter dalam *Variabels in The Equation*. Model regresi yang terbentuk berdasarkan nilai estimasi parameter dalam *Variabels in The Equation* adalah sebagai berikut ini.

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

Ilustrasi Peluang *Regresi Logistic* dengan menggunakan besaran berdasarkan Tabel 4.1. Yaitu menggunakan nilai terkecil masing masing variable. Berdasarkan data nilai terkecil variabel Jumlah Pengeluaran Rp100.000,00, 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 4.1. Yaitu menggunakan nilai terbesar masing masing variabel. Berdasarkan data nilai terbesar pada setiap variable adalah Jumlah Pengeluaran Rp 650.000,00 , Intensitas Pembelian 4 kali (4), 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 (α) = 5%. Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut ini.

a. Pengujian hipotesis pertama (H1)

Hipotesis pertama menyatakan 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 α (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengeluaran tidak berpengaruh pada variabel tingkat kepuasan atau dengan kata lain gagal menolak H0.

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 α (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas pembelian *cash game online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan atau dengan kata lain menolak H0.

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 α (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jenis barang yang dibeli tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan atau dengan kata lain gagal menolak H0.

d. Pengujian hipotesis keempat (H4)

Hipotesis 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 negatif sebesar -1.223 dengan tingkat signifikansi 0.014 yang lebih kecil dari α (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan pembelian *cash game online*.

4.4 Analisis Hasil Hubungan Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

4.4.1 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 peluang kepuasan seseorang dalam membeli *cash game online*.

4.4.2 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 membeli *cash game online*.

4.4.3 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 variabel tingkat peluang kepuasan membeli *cash game online*.

4.4.4 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 variabel tingkat peluang kepuasan membeli *cash game online*.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 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 tidak signifikan. Hal ini mengakibatkan jumlah pengeluaran jika semakin tinggi jumlah pengeluarannya maka akan memengaruhi 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 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 berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pembelian *cash game online*, dikarenakan seseorang melakukan pembelian guna untuk memaksimalkan kepuasan terhadap konsumsi barang tersebut.

5.2 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 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 bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian *cash game online* itu sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Arief Rahadian, Muhammad. 2016. "Konstruksi Nilai Barang Virtual Dalam Fenomena *Real Money Trade*". Yogyakarta: *Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1, Januari 2016*.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- APJII, 2017. *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Basuki, Sulistyono. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Penaku.
- Dwi Pratiwi, Erni. 2015. "Niat Pembelian Barang Pada Game Online Melalui Teori Nilai Konsumsi Dengan AMOS21". Jakarta Selatan: *Jurnal Pilar Nusa Mandiri Vol. XI, No.2 September 2015*.
- Febriana Siska, Widyastuti (2012). *Dampak Permainan Game Online Terhadap Siswa*. Yogyakarta. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- 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 MOBA. *E-Proceeding of Management : Vol.3, No.1 April 2016*. ISSN : 2355-9357
- Newzoo. 2015. *Newzoo Casual Connect South East Asia Games Market Report*.
- Samuelson, Paul A. & William D. Nordhaus. *Makro ekonomi*. Erlangga. Jakarta. 2004.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer behavior*. New Jersey: Person Education Inc..
- Sugiarto, dkk. 2007. *Ekonomi Mikro (sebuah Kajian Komprehensif)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media

Wu, Jiming. & Liu, De. 2007. "The Effects of Trust and Enjoyment on Intention to Play Online Games". Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 8. No2.



LAMPIRAN LAMPIRAN I

No	Tingkat Peluang Kepuasan (Y)	Pengeluaran Rata Rata (x1) [Dalam Ribuan Rupiah]	Intensitas Pembelian (x2)	Jenis Barang Yang Dibeli (x3)	Tingkat Pendidikan Akhir (x4)
1	1	455	4	1	2
2	1	180	1	0	3
3	1	180	1	0	2
4	1	300	4	1	2
5	0	300	1	0	2
6	1	250	4	1	2
7	0	200	1	0	2
8	1	300	4	1	2
9	0	150	1	1	2
10	1	250	4	1	2
11	0	175	1	1	3
12	0	200	4	0	2
13	1	175	1	0	2
14	0	350	1	1	2
15	1	425	4	0	2
16	1	250	4	0	2
17	0	280	1	0	3
18	1	250	1	0	3
19	0	355	4	0	3
20	1	185	1	0	2
21	1	500	3	1	3
22	0	500	4	1	3
23	1	250	4	0	2
24	0	400	1	1	3
25	0	260	1	0	3
26	1	200	3	1	2
27	1	375	4	0	2
28	0	250	2	0	2
29	1	350	4	1	3
30	1	500	2	0	2
31	0	250	1	0	2
32	1	150	4	0	2
33	1	125	2	1	2
34	1	300	3	1	2
35	1	452	4	0	3
36	1	195	4	0	2
37	1	355	4	0	2
38	0	250	2	0	3
39	0	350	1	0	2
40	0	350	4	0	3
41	0	200	1	0	2
42	1	500	2	0	2

43	1	500	4	1	2
44	0	500	3	1	3
45	0	150	1	0	2
46	1	200	3	0	2
47	1	355	1	1	2
48	0	450	4	0	3
49	1	350	4	1	2
50	0	225	1	0	2
51	1	500	1	0	2
52	1	300	4	1	3
53	0	330	1	0	3
54	1	300	1	1	3
55	0	225	3	0	2
56	1	425	4	0	2
57	1	200	4	0	2
58	1	180	1	0	3
59	1	325	1	0	2
60	0	200	2	0	2
61	1	205	1	0	2
62	1	300	2	0	2
63	0	200	1	1	3
64	1	350	4	1	2
65	0	135	2	0	3
66	0	300	1	0	2
67	1	275	4	1	3
68	1	450	4	0	2
69	1	425	4	1	3
70	0	250	4	1	3
71	1	350	1	0	2
72	1	400	3	0	2
73	1	225	2	0	2
74	0	250	1	1	3
75	0	340	1	1	2
76	1	150	3	0	2
77	0	200	4	1	2
78	1	200	2	0	2
79	0	230	1	0	2
80	1	500	2	1	2
81	0	220	1	0	2
82	1	325	2	0	3
83	1	350	4	1	2
84	0	250	2	1	2
85	0	455	4	1	2
86	1	400	4	0	2
87	0	350	1	0	2
88	1	200	3	1	2
89	1	225	3	1	2
90	1	650	4	1	2
91	1	250	2	1	2
92	0	355	1	0	2
93	0	350	4	0	3
94	0	255	1	0	3
95	0	250	1	1	3

96	1	355	4	0	2
97	1	250	1	0	2
98	1	185	1	0	2
99	1	100	1	0	3
100	0	200	1	0	2

Sumber : Microsoft Office 2010

Keterangan data :

- Untuk Nilai Y = Tingkat Kepuasan
 - 1 = Puas
 - 0 = Tidak Puas
- Untuk X1 Pengeluaran Rata rata perbulan (Dalam Ribuan Rupiah)
- Untuk X2 Intensitas Pengeluaran
 - 1 = 1 Kali
 - 2 = 2 Kali
 - 3 = 3 Kali
 - 4 = lebih dari 4 Kali
- Untuk Jenis Barang Yang di Beli
 - 1 = Premium Services
 - 0 = Non Premium Services
- Untuk Tingkat Pendidikan
 - 1 = Lulus SMP
 - 2 = Lulus SMA /SMK
 - 3 = Lulus D3/S1

Survei Analisis Tingkat Peluang Kepuasan Dalam Membeli

Cash Game Online

Pertanyaan :

a. Data diri

Pertama tama sebelum mengisi survei lebih lanjut , kami ingin mengetahui data diri anda terlebih dahulu.

- Nama anda?
 -

- Jenis Kelamin
 - Laki laki
 - Perempuan

- Umur
 -

- Pekerjaan
 -

Pada Sesi ini , saya akan menanyakan tentang game yang anda mainkan

- Apakah anda memainkan game online?
 - Ya
 - Tidak

- Jenis Game online apakah yang anda mainkan?
 - RPG
 - MOBA
 - Strategi
 - Mobile Game

- Nama Game yang anda mainkan?
 -

- Pada Konsol apakah anda memainkan game online tersebut?
 - *Handphone*
 - PC

c. Biaya yang di keluarkan

- Berapakah jumlah uang yang telah anda keluarkan pada game tersebut?
 -

- Berapakah jumlah intenstas anda dalam mengisi cash game online tersebut?
 - 1 kali
 - 2 kali
 - 3 kali
 - Lebih dari 3 kali

- Apakah alasan anda membeli cash game online tersebut?
 - Adanya event tertentu
 - Membantu bermain dalam game
 - Sebagai alat tukar / mata uang in game
 - Mendapatkan barang langka
 - Gengsi dan life style

- Jenis barang yang anda beli saat memliki cash game online?
 - Premium Services
 - Costume
 - Exp rate up
 - Full service benefit
 - Non premium Services
 - Hanya membeli yang dibutuhkan

- Apakah selain anda membeli cash game online anda membeli mata game online dalam uang rupiah?
 - Pernah
 - Tidak pernah

- Jika pernah berapakah jumlah besarannya uang yang anda keluarkan untuk membeli tersebut?
 -

- Dengan jumlah uang yang besar yang dikeluarkan apakah anda pernah mendapatkan keuntungan semula ?
 - Ya
 - Tidak
- Apakah anda memikirkan akibat dari pembelian cash ame online tersebut?
 - Ya
 - Tidak.
- Apakah dengan pengeluaran yang anda keluarkan sebesar itu anda sudah merasa puas dengan hasil yang didapatkan?
 - Ya puas
 - Tidak puas



LAMPIRAN II

Case Processing Summary

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	100	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	100	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		100	100.0

- e. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Dependent Variabel Encoding

Original Value	Internal Value
Tidak Puas	0
Puas	1

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Iteration History^{a,b,c}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	135.372	.360
	2	135.372	.364
	3	135.372	.364

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 135.372

- f. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Classification Table^{a,b}

Observed			Predicted		Percentage Correct
			Tingkat Kepuasan Tidak Puas	Puas	
Step 0	Tingkat Kepuasan	Tidak Puas	0	41	.0
		Puas	0	59	100.0
Overall Percentage					59.0

a. Constant is included in the model.

g. The cut value is .500

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration	-2 Log likelihood	Constant	Jumlah Pengeluaran	Coefficients		Tingkat Pendidikan Akhir	
				Intensitas Pembelian	Jenis Barang Yang dibeli		
Step 1	117.374	1.452	.000	.471	.041	-1.038	
1	2	116.958	1.688	.001	.550	.050	-1.211
	3	116.956	1.704	.001	.555	.050	-1.223
	4	116.956	1.704	.001	.555	.050	-1.223

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 135.372

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

LAMPIRAN III

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	18.415	4	.001
	Block	18.415	4	.001
	Model	18.415	4	.001

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

LAMPIRAN IV

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	116.956 ^a	.168	.227

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

LAMPIRAN V

Hosmer and Lemeshow Test

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

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

LAMPIRAN VI

Classification Table^a

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

a. The cut value is .500

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

LAMPIRAN VII

Tabel 4.11 Variabels in the Equation

Step		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	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	1.238	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 : Hasil Olahan SPSS 25

