

HALAMAN MOTTO

“Nikmatilah prosesmu, sebab hasil membutuhkan sebuah proses”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan semangat dan motivasi.
2. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan program studi ini.
3. Seluruh *civitas akademika* Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

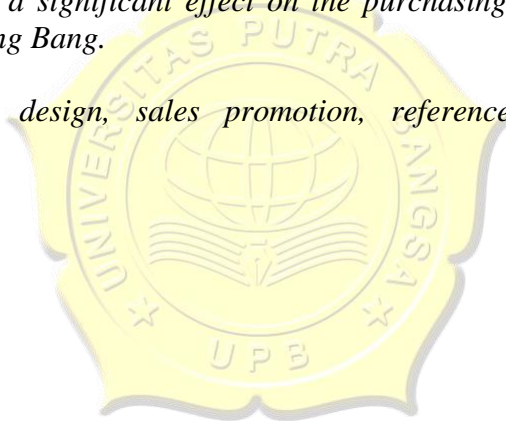


ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product design, sales promotion, and reference groups on the purchasing decisions of skins in the game Mobile Legends: Bang Bang, both partially and simultaneously. The population in this study consists of students from Universitas Putra Bangsa who have made skin purchases. The sampling technique used is Non-probability Sampling, with a total sample of 100 respondents. Data collection was conducted using a questionnaire that had been tested for validity and reliability, while data analysis was performed using multiple linear regression analysis (t-test and F-test), preceded by prerequisite tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests.

The results of the data analysis indicate the following conclusions: (1) Product design does not significantly influence the purchasing decisions of skins in Mobile Legends: Bang Bang. (2) Sales promotion significantly influences the purchasing decisions of skins in Mobile Legends: Bang Bang. (3) Reference groups significantly influence the purchasing decisions of skins in Mobile Legends: Bang Bang. (4) Product design, sales promotion, and reference groups simultaneously have a significant effect on the purchasing decisions of skins in Mobile Legends: Bang Bang.

Keywords: product design, sales promotion, reference group, purchasing decision.

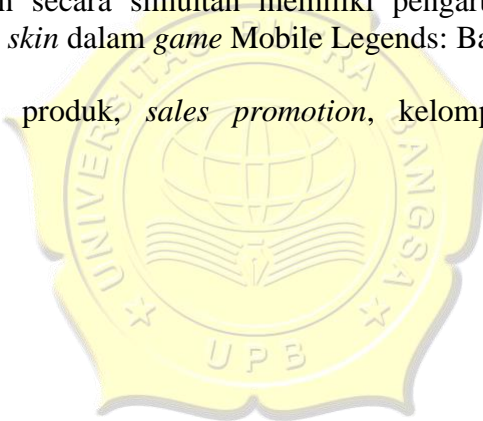


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, *sales promotion*, dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian *skin* dalam *game* Mobile Legends: Bang Bang, baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang telah melakukan pembelian *skin*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-probability Sampling*, dengan total sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, sementara analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda (uji t dan uji F), didahului dengan uji prasyarat meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Hasil analisis data menunjukkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skin* dalam *game* Mobile Legends: Bang Bang. (2) *Sales promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skin* dalam *game* Mobile Legends: Bang Bang. (3) Kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skin* dalam *game* Mobile Legends: Bang Bang. (4) Desain produk, promosi penjualan, dan kelompok acuan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skin* dalam *game* Mobile Legends: Bang Bang.

Kata kunci: desain produk, *sales promotion*, kelompok acuan, keputusan pembelian.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk, *Sales Promotion* dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian pada *Game Mobile Legends: Bang Bang* dengan baik.

Skripsi merupakan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata 1 pada jurusan manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Selama proses skripsi ini penulis mendapatkan tantangan-tantangan dalam dunia penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik moril maupun materi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi serta dukungan selama ini.
3. Segenap Bapak/Ibu dosen dan *civitas* akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan yang saling menyemangati dan saling mendoakan.
5. Pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah banyak membantu dalam

penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermnafaat bagi pembaca.

Kebumen, Agustus 2024

Isna Abimanyu



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang Masalah.....	2
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2. Desain Produk	16
2.1.3. <i>Sales promotion</i>	17
2.1.4. Kelompok Acuan	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Hubungan Antar Variabel	27

2.4.	Model Empiris	31
2.5.	Hipotesis	31
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	32
3.2.	Variabel Penelitian.....	32
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	38
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.	Populasi dan Sampel	41
3.7.	Teknik Analisis	44
BAB IV.....		56
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
4.2.	Analisis Deskriptif	58
4.3.	Analisis Statistik	60
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.6.	Uji Hipotesis	69
4.7.	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.8.	Pembahasan.....	73
BAB V.....		75
SIMPULAN.....		75
5.1.	Simpulan	75
5.2.	Keterbatasan.....	76
5.3.	Implikasi	77
5.3.1	Implikasi Praktis	77
5.3.2	Implikasi Teoritis	79

DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel I – 1 Observasi Variabel Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Skin Pada Game Mobile Legends: Bang Bang	6
Tabel II - 1 Tabel Penelitian Terdahulu	26
Tabel III - 1 Distribusi Indikator Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel III - 2 Distribusi Indikator Variabel Desain Produk	35
Tabel III - 3 Distribusi Indikator Variabel Sales promotion	36
Tabel III - 4 Distribusi Indikator Variabel Kelompok Acuan.....	38
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV - 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	59
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	60
Tabel IV - 4 Uji Validitas Variabel Desain Produk	61
Tabel IV - 5 Uji Validitas Variabel Sales promotion.....	62
Tabel IV - 6 Uji Validitas Variabel Kelompok Acuan	62
Tabel IV - 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel IV - 8 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel IV - 9 Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV - 10 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel IV - 11 Hasil Analisis Regresi Berganda	68
Tabel IV- 12 Uji t.....	70
Tabel IV- 13 Uji F.....	71
Tabel IV- 14 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II – 1 Model Empiris	31
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokesdastisitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	86
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	75
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	75
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....	77
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 6 Analisis Linear Berganda	79
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	80
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi.....	82
Lampiran 9 Kartu Daftar Hadir Seminar Skripsi	83
Lampiran 10 Tabel r.....	84
Lampiran 11 Tabel t.....	85
Lampiran 12 Tabel F.....	86

