

HALAMAN MOTTO

“Remember me and I will remember you”

Ingatlah Aku maka Aku akan mengingatmu

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah berupa skripsi yang merupakan hasil dari pembelajaran selama perkuliahan ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi.
2. Dosen pembimbing saya, Ibu, Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kakak saya tercinta yang selalu mendoakan saya dan memberikan saya semangat dalam penyusunan skripsi.
4. Seseorang yang selalu memberikan semangat dan doa dalam menyusun skripsi.
5. Teman-teman yang ikut memberikan semangat dalam menyusun skripsi.
6. Almamater yang kubanggakan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

ABSTRAKSI

Game yang pada awalnya hanya dinikmati secara individual dan *offline*, sekarang telah berevolusi menjadi *game* online yang memungkinkan interaksi, bersaing dan menjalin persahabatan dengan para pemain secara *real-time*. *Game online* kini semakin banyak digemari salah satunya adalah game Mobile Legends. Game ini dapat di download melalui playstore dan appstore, pada bulan April 2024 *game* Mobile Legends menduduki peringkat pertama pada game terpopuler *by download* tingkat dunia di statista.com. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *event marketing*, *content marketing*, *influencer* dan lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian skin game Mobile Legends di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui google form dan studi Pustaka. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *event marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *content marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *influencer* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, lingkungan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *event marketing*, *content marketing*, *influencer* dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Event Marketing, Content Marketing, Influencer, Lingkungan Sosial, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Games that were originally enjoyed individually and offline have now evolved into online games that allow real-time interaction, competition, and the formation of friendships among players. Online games are increasingly popular, one of which is Mobile Legends. This game can be downloaded via the Play Store and App Store. As of April 2024, Mobile Legends ranked first among the most downloaded games worldwide, according to Statista.com. The purpose of this study is to determine the influence of event marketing, content marketing, influencers, and social environment on the purchase decision of Mobile Legends skins in Kebumen Regency. This research uses a non-probability sampling method with a purposive sampling technique involving 100 respondents. Data collection techniques include questionnaires distributed via Google Forms and literature study. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25.0 for Windows. The results of this study show that event marketing has a significant effect on purchase decisions, content marketing has a significant effect on purchase decisions, influencers do not have a significant effect on purchase decisions, and the social environment does not have a significant effect on purchase decisions. However, event marketing, content marketing, influencers, and the social environment simultaneously have a significant effect on purchase decisions.

Keywords: *Event Marketing, Content Marketing, Influencer, Social Environment, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang judul "**Pengaruh *Event Marketing*, *Content Marketing*, *Influencer*, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian *Skin Game Mobile Legends* Di Kabupaten Kebumen**" dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun guna memenuhi satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature dengan segenap kemampuan yang ada pada penulis.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih setulus tulusnya kepada:

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Kakak saya tercinta yang selalu mendoakan saya dan memberikan saya semangat dalam penyusunan skripsi.
5. Seseorang yang selalu memberikan semangat dan doa dalam menyusun skripsi.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
7. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler F
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 25 Juni 2025

Penulis

Ajizah Himawati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Pembelian	18
2.1.2. <i>Event Marketing</i>	27

2.1.3. <i>Content Marketing</i>	28
2.1.4. <i>Influrncer</i>	31
2.1.5. Lingkungan Sosial	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Hubungan Antar Variabel	37
2.4. Model Empiris	41
2.5. Hipotesis	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	44
3.2. Variabel Penelitian.....	44
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	50
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data.....	53
3.6. Populasi dan Sampel	55
3.7. Teknik Analisis	57
BAB IV	68
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Analisis Deskriptif	68
4.2. Analisis Statistik	73
4.3. Pembahasan.....	87
BAB V	94
SIMPULAN	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan.....	95
5.3. Implikasi	96
5.3.1 Implikasi Praktis	96

5.3.2 Implikasi Teoritis.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi yang Berminat Membeli Skin Mobile Legends	4
Tabel I- 2 Observasi Terkait Keputusan Pembelian Skin Mobile Legends	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	69
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	73
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Event Marketing	74
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Content Marketing	74
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer	75
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel lingkungan sosial	76
Tabel IV- 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients ^a	79
Tabel IV- 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients ^a	81
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	84
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA ^a	86
Tabel IV- 16 Hasil Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Game Terpopuler Tahun 2024 <i>by Download</i>	2
Gambar I- 2 Pendapatan Tahunan Game Mobile Legends 2016-2024.....	5
Gambar II- 1 Model Empiris	42
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas Data dengan Melihat Grafik	78
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2 Data Responden	111
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	117
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	120
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	124
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	127
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	128
Lampiran 9 Tabel R	129
Lampiran 10 Tabel T	132
Lampiran 11 Tabel F	135
Lampiran 12 Kartu Seminar Proposal	139
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi	140