



**Pengaruh Rasionalitas Konsumen Terhadap Pembelian *In-App*
Purchase Pada Game *Genshin Impact***

SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh

Marvin Leonardo Kurniawan

11119062

PEMBIMBING

Muis Murtadho S.E, M.M.

NIP.111/12.78/10.10/968

UWIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA

2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Rasionalitas terhadap pembelian in-app purchase pada game Genshin Impact”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Sastra (S-1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah menyertai dan memberikan hikmat untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Bapak F. Priyo Suprobo ST., M.T. sebagai Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika Surabaya.
3. Bapak Muis Murtadho, S.E., M. M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Alm. Bapak Martinus Rukismono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Arief Budiman selaku pengganti Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M., Bapak Erwin Rediono Tan, MBA dan Bapak Prof. DR. Herman Budi Sasono. M.M. selaku Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu dalam membimbing peneliti.

7. Papa, Mama, Marshall dan Marilyn karena sudah menjadi *support system* yang sabar memberi dukungan baik secara doa maupun materi sehingga penelitian ini bisa saya selesaikan dengan baik.
8. Teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat, motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata penelitian menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidaklah sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Abstrak

Marvin Leonardo Kurniawan

Skripsi

Pengaruh Rasionalitas Konsumen terhadap pembelian In-app Purchase pada Game Genshin Impact

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Tindakan Rasionalitas Instrumental, Tindakan Rasionalitas Nilai, Tindakan Non Rasionalitas Afektif, Tindakan Non Rasionalitas Tradisional berpengaruh terhadap keputusan pembelian In-app Purchase pada Game Genshin Impact secara parsial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian In-app purchase pada Game Genshin Impact. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda, Uji t dengan software SPSS. Hasil dari penelitian ini didapat tidak adanya pengaruh tindakan rasionalitas instrumental secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, pada variabel tindakan rasionalitas nilai tidak ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, pada variabel tindakan non rasionalitas afektif ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan pada tindakan non rasionalitas tradisional tidak ditemukan adanya pengaruh secara parsial.

Kata kunci : Rasionalitas Instrumental, Rasionalitas Nilai, Non Rasionalitas Afektif, Non Rasionalitas Tradisional, Keputusan Pembelian

Abstract

Marvin Leonardo Kurniawan

Thesis

The Influence of Consumer Rationality on Purchase In-app Purchase in Genshin Impact Game

The aim of this research is to find out whether Act of Instrumental Rationality, Act of Value Rationality, Act of Affective Non Rationality, and Act of Traditional Non Rationality influence the purchasing decision of In-app Purchase in Genshin Impact Game partially. This type of research is quantitative research. The population of this study are all consumers who have purchased In-app Purchase in Genshin Impact Game. The research method used in this research is to use a questionnaire. The number of respondents used in this study was 100 respondents. The data collection technique used in this study was probability sampling with a purposive sampling procedure. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis, t test with SPSS software. The results of this research found that there was no partial influence on Act of Instrumental Rationality on Purchase Decisions, there was no partial influence on Act of Value Rationality on Purchase Decisions, On Act of Affective Non Rationality was found to have a partial influence on purchasing decisions and there was no partial influence on Act of Traditional Non Rationality on Purchase Decisions.

Keywords: *Instrumental Rationality, Value Rationality, Affective Non Rationality, Traditional Non Rationality Purchase Decision*

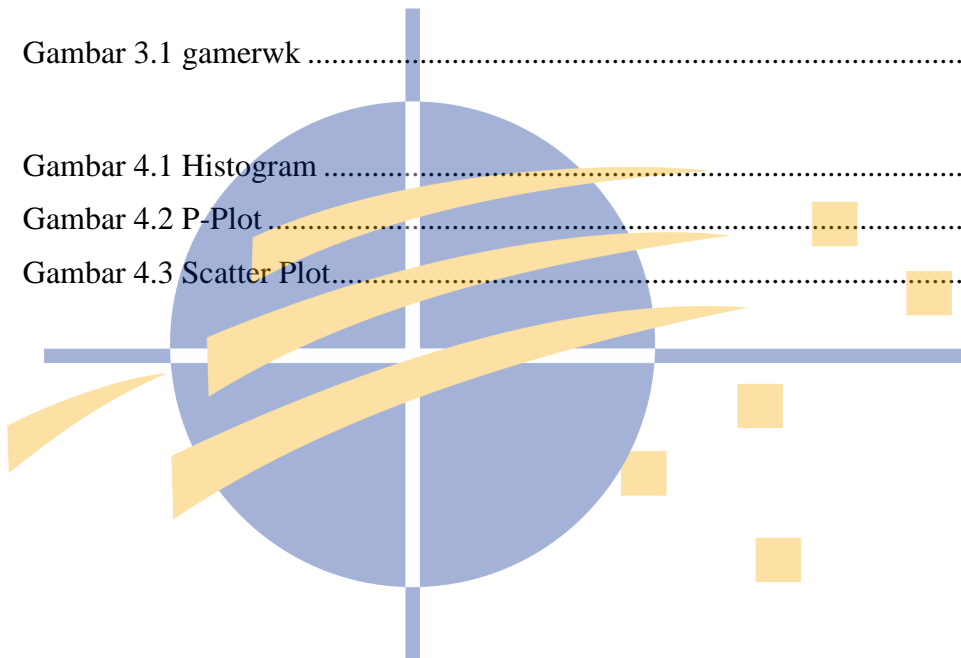
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1 Muhammad Prayogi Eko Saputro (2019).....	8
2.1.2 Rina Yulius (2017).....	8
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	9
2.3 Landasan Teori	10
2.3.1 Perilaku konsumen	10
2.3.2 Tindakan Rasionalitas	22
2.3.3 Barang Virtual / <i>Virtual Goods</i>	23
2.3.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Hipotesis	27
2.5 Kerangka Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel	31

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1 Kuesioner	32
3.4 Definisi Operasional & Indikator Penelitian	33
3.5 Sumber dan Jenis Data	37
3.5.1 Sumber Data	37
3.5.2 Jenis Data	37
3.6 Teknik Pengukuran Data	37
3.7 Analisis Data	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.8 Teknik Analisa Data	41
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.9 Uji Hipotesis	41
3.9.1 Uji Parsial (t)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Analisa hasil penelitian	44
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	48
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	49
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.4 Pengujian Hipotesis	55
4.4.1 Uji Parsial (t)	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
Daftar Pustaka	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengeluaran Konsumen untuk <i>Mobile Game</i> tahun 2018-2021	2
Gambar 1.2 Genshin Impact.....	5
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Persepsi.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 3.1 gamerwk	31
Gambar 4.1 Histogram	49
Gambar 4.2 P-Plot	50
Gambar 4.3 Scatter Plot.....	52



UWIKKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Pemandangan.....	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Pengukuran Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Deskripsi Usia.....	45
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Deskripsi Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.5 Deskripsi Pendapatan per bulan.....	46
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	47
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.8 One Sample Kolmogorov-Smirnov.....	51
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.11 Uji Parsial (t).....	55

UWIKKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner	65
Lampiran 2 : Data Responden	71
Lampiran 3 : Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 4 : Hasil Analisa Data	78

