



**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
TERHADAP TOP UP STEAM WALLET DI KOTA SURABAYA
PADA MASA PANDEMI COVID-19 DAN SESUDAH PANDEMI
COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh:

Willie Darmawan

NRP: 11120043

PEMBIMBING:

Erwin Tan Rediono, MBA.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA

2024

KATA PENGANTAR

Puji Syukur panjatkan ke pada Tuhan Yesus, karena dengan Rahmat dan kuasa-nya, saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tepat waktu. Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Manajemen pada Konsentrasi *Marketing Management* Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Rasa terimakasih yang tak terhingga disampaikan kepada pihak-pihak yang berperan membantu penyelesaian tugas akhir ini, khususnya:

1. Kedua orang tua serta keluarga saya yang sudah memberikan dukungan moral maupun material sejak awal masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan lancar di masa waktu normal.
2. Dr. F. Priyo Subropo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan fasilitas, sarana, dan prasarana pendukung bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Erna Ferinadewi., S.E., M.M., selaku kepala progam studi Manajemen Universitas Widya Kartika.
4. Bapak Erwin Tan Rediono, M.BA., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Muis Murtadho., S.E., M.M., selaku Dosen pembimbing 2 yang telah membimbing penulisan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman yang telah banyak membantu dalam memberikan dukungan serta semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah terlibat dan membantu secara langsung selama penyusunan skripsi ini.

Penulis memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diharapkan segala petunjuk selanjutnya. Akhir kata, mohon maaf atas kekurangan atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini dan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 18 Juli 2024

Willie Darmawan



ABSTRAK

Willie Darmawan

Skripsi

Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Top Up Steam Wallet di Kota Surabaya pada Masa Pandemi COVID-19 dan Sesudah Pandemi COVID-19

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian konsumen terhadap top up Steam Wallet di Kota Surabaya pada masa pandemi COVID-19 dan sesudah pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori yang melibatkan 50 responden pengguna Steam yang pernah melakukan top up di Surabaya. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan keputusan pembelian konsumen pada masa pandemi COVID-19 terhadap peningkatan jumlah top up Steam Wallet. Selain itu, keputusan pembelian konsumen setelah masa pandemi COVID-19 juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap top up Steam Wallet. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan perilaku konsumen selama dan setelah pandemi COVID-19 berdampak langsung pada peningkatan transaksi digital di platform game. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika perilaku konsumen di sektor game digital selama periode krisis kesehatan global dan memberikan wawasan bagi pengembang platform game dan penyedia layanan top up untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka di masa depan.

Kata Kunci: Pengaruh Keputusan Pembelian, Top Up

ABSTRACT

Willie Darmawan

Thesis

The Influence of Consumer Purchasing Decisions on Steam Wallet Top Ups in the City of Surabaya during the COVID-19 Pandemic and After the COVID-19 Pandemic

This research aims to analyze the influence of consumer purchasing decisions on Steam Wallet top ups in the city of Surabaya during the COVID-19 pandemic and after the COVID-19 pandemic. This research uses a quantitative method with an explanatory research type involving 50 respondents who are Steam users who have topped up in Surabaya. Data was collected through questionnaires and analyzed using regression analysis techniques. The research results show that there is a significant influence on consumer purchasing decisions during the COVID-19 pandemic on increasing the number of Steam Wallet top ups. Apart from that, consumer purchasing decisions after the COVID-19 pandemic also showed a significant influence on Steam Wallet top ups. These findings indicate that changes in consumer behavior during and after the COVID-19 pandemic have a direct impact on increasing digital transactions on gaming platforms. This research contributes to understanding the dynamics of consumer behavior in the digital gaming sector during the global health crisis period and provides insights for game platform developers and top up service providers to optimize their marketing strategies in the future.

Keywords: *Influence of Purchasing Decisions, Top Up*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Ruang Lingkup	10
BAB II.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.1.1. Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020).....	11
2.1.2. Mahbubah, I., & Putri, S. Y. (2021)	11
2.2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
2.3. Landasan Teori	12
2.3.1. Perilaku Konsumen.....	13
2.3.2. Teori Perilaku Konsumen	14
2.3.3. Model Perilaku Konsumen	14
2.3.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.3.5. Keputusan Pembelian.....	19
2.3.6. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.3.7. Perilaku Setelah Pembelian.....	23
2.3.8. Penentu Target Pasar Berdasarkan Perilaku Konsumen	24
2.3.9. Posisi Produk Berdasarkan Perilaku Konsumen.....	31
2.3.10. Pengaruh Produk Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen	38
2.3.11. Peran Produk Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen	43
2.4. Kerangka Berpikir	45
2.5. Hipotesis	45
BAB III	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Populasi dan Sampel	46
3.2.1. Populasi.....	46

3.2.2. Sampel.....	46
3.3. Identifikasi Variabel.....	47
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.5. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	47
3.5.1. Keputusan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemi COVID-19 dan Setelah Masa Pandemi COVID-19	47
3.5.2. Top Up Steam Wallet	48
3.6. Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1. Deskriptif Statistik	49
3.6.2. Uji Asumsi	50
3.6.3. Uji Multikolinearitas	50
3.6.4. Uji Hipotesis	51
BAB IV	54
4.1. Karakteristik Responden	54
4.2. Analisis Data	55
4.2.1. Uji Validitas	55
4.2.2. Uji Realibilitas	57
4.3. Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1. Uji Normalitas.....	58
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.3.3. Uji Multikolinieritas.....	64
4.3.4. Uji Autokorelasi	65
4.4. Uji Hipotesis	67
4.4.1. Koefisien Determinan (R^2)	67
4.4.2. Uji Parsial T	69
4.4.3. Uji Simultan F	70
4.4.4. Regresi dengan <i>Variabel Dummy</i>	71
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.5.1. Deskripsi Data.....	73
4.5.2. Uji Validitas dan Realibilitas	73
4.5.3. Uji Asumsi Klasik	73
4.5.4. Hasil Regresi Linier	74
4.5.5. Pembahasan Hasil	74
4.5.6. Implikasi Hasil Penelitian	74
4.5.7. Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen pada Masa Pandemi COVID-19	75

4.5.8. Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen Setelah Pandemi COVID-19	75
4.5.9. Hubungan Antar Variabel.....	75
BAB V.....	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik penjualan smartphone, komputerm dan konsol pada tahun 2021	1
Gambar 1. 2 Grafik dari pemain smartphone, komputer, dann konsol pada tahun 2021	2
Gambar 1. 3 Pengisian Steam Wallet melalui dalam Steam	5
Gambar 1. 4 Pengisian Steam Wallet melalui Gift Card Steam Code	5
Gambar 2. 1 Proses Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2. 2 Model Perilaku Pembeli	15
Gambar 2. 3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 2. 4 Model STP	32
Gambar 2. 5 Faktor yang Mempengaruhi Positioning	33
Gambar 2. 6 Model Perilaku Konsumen.....	37
Gambar 2. 7 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Uji Normalitas Data KPM Terhadap TU	58
Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot KPM Terhadap TU	59
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Uji Normalitas Data	60
Gambar 4. 4 Grafik Normal Probability Plot KPS Terhadap TU	60
Gambar 4. 5 Grafik Histogram Uji Normalitas Data KPM dan KPS Terhadap TU ..	61
Gambar 4. 6 Grafik Normal Probability Plot KPM dan KPS Terhadap TU.....	62

UWIKAWIKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 2 Deskripsi Usia Responden	54
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Realibilitas	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas KPM Terhadap TU	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas KPS Terhadap TU	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas KPM dan KPS Terhadap TU	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas KPM Terhadap TU	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas KPS Terhadap TU	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas KPM dan KPS Terhadap TU	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi KPM Terhadap TU	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi KPS Terhadap TU	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Autokorelasi KPM dan KPS Terhadap TU	67
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi KPM Terhadap TU	67
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi KPS Terhadap TU	68
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi KPM dan KPS Terhadap TU	68
Tabel 4. 21 Uji Parsial T Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Top Up Steam Wallet	69
Tabel 4. 22 Uji Parsial T Keputusan Pembelian Setelah Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Top Up Steam Wallet	69
Tabel 4. 23 Uji Parsial T Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi COVID-19 dan Keputusan Pembelian Setelah Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Top Up Steam Wallet	70
Tabel 4. 24 Uji Simultan F Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi COVID-19 dan Keputusan Pembelian Setelah Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Top Up Steam Wallet	71
Tabel 4. 25 Regresi dengan Variabel Dummy Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi COVID-19 dan Keputusan Pembelian Setelah Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Top Up Steam Wallet	72