

**Analisis Motif Beli Player Pada Pembelian Item In Game dan Manfaat Bermain
Game Online Bagi Player
(Studi Kasus Pada Game *PUBG Mobile*)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun oleh:

Budi Setiawan

C1150057

Dosen Pembimbing:

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc



KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Mayor “Analisis Motif Beli Player Pada Pembelian Item In Game dan Manfaat Bermain Game Online Bagi Player” (*Studi Kasus Pada Game PUBG Mobile*)
Minor “Analisis Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi”
(*Studi Kasus pada Koperasi Keluarga Besar IKOPIN*)

Nama : Budi Setiawan

NRP : C1150057

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing,

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc

Direktur Program Studi S-1 Manajemen,



Dr. H. Gianto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Budi Setiawan lahir pada tanggal 1 Juli 1994 di Kabupaten Pemalang. Merupakan anak pertama dari empat bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Margono dan Ibu Tasmui. Bertempat tinggal di Dusun Dorogunung Gang 2, Desa Dororejo, Kecamatan Doro, Kabupaten Pekalongan. Adapun riwayat pendidikan yang telah ditempuh yaitu :

1. Tahun 2006 menyelesaikan pendidikan di SD Negeri1 Ambowetan
2. Tahun 2009 menyelesaikan pendidikan di SMP Negeri 1 Ulujami
3. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri1Comal

Pada tahun 2015 tercatat sebagai mahasiswa di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor, Program Studi S1 Manajemen, Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu :

1. MAC KKB IKOPIN (2015-2017)
 - Anggota Divisi Rumah Tangga MAC KKB IKOPIN (2015-2016)
 - Ketua MAC KKB IKOPIN (2016-2017)
2. KKB IKOPIN (2017-2021)
 - Asistan Pengurus KKB IKOPIN (2017-2018)
 - Ketua I Bidang Keanggotaan, Promosi dan IT (2018-2021)
3. Media Kampus Bandung (MKB) (2016-2017)
 - Anggota Media Kampus Bandung (MKB) (2016-2017)

RINGKASAN

Budi Setiawan (C115005). “Analisis Motif Beli *Player* Pada Pembelian *Item In Game* dan Manfaat Bermain Game Online Bagi *Player* (Studi Kasus pada Game PUBG Mobile). Skripsi Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Pembimbing Drs. H. Shofwan Azhar Sholihin., M.Sc.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif beli *player* dalam pembelian *item in game* serta mengetahui motif dominan *player* dalam pembelian *item in game* dan mafaat bermain game online bagi *player* pada game online PUBG Mobile. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif.

Hasil penelitian diketahui bahwa *Player* memiliki alasan dan motif beli yang berbeda satu sama lain dalam pembelian *item in game* pada game PUBG Mobile. Motif pembelian paling dominan adalah motif Selektif dengan total skor rata-rata 194.5, kemudian urutan kedua ada motif Rasional, motif Emosional dan terakhir motif Primer.

Bermain game online memiliki banyak manfaat misalnya melatih konsentrasi, menghilangkan stres, meningkatkan kemampuan bahasa inggris dan memperluas relasi pertemanan. Manfaat dominan yang dirasakan oleh *player* ketika bermain game online adalah memperluas relasi pertemanan dan menghilangkan stres.

ABSTRACT

Budi Setiawan (C115005). "Analysis of Player Buying Motive on Item in Game Purchasing and Benefit of Playing Online Game Towards Player" (Case study on PUBG Mobile Game). Under the guidance of Drs. H. Shofwan Azhar Sholihin., M.Sc.

The aims of this study is to identify of player buying motive on item in game purchasing, identify of player dominant motive on item in game purchasing, and benefit of playing online game for player on PUBG Mobile game. Type of data used is primary data and secondary data. The analysis method used is a descriptive analysis method.

The result of this study is showed that players have different reasons and motives for purchasing items in game on pubg mobile game. The most dominant buying motif is a selective motive with a total score average 194.5, then second there's rational motive, emotional motive and primary motive.

Playing online games has many benefits such as improving concentration, relieving stress, improving English skills and Networking. The dominant benefits player is networking and relieving stress.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah Azza wa Jalla Tuhan pemilik alam semesta yang telah senantiasa dan tanpa henti melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Serta tak lupa pula Shollawat serta Sallam untuk baginda Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wasallam sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Motif Beli Player Pada Pembelian Item In Game dan Manfaat Bermain Game Online Bagi Player (Studi kasus pada game PUBG Mobile)”**. Penelitian ini dilaksanakan di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Konsentrasi Pemasaran, Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Pada kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada Allah Azza wa Jalla dan Ibu serta Bapak atas cinta dan kasih sayang, serta adik-adik tercinta dan semua keluarga besar. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih atas bantuan dari pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu dan Bapak tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dukungannya kepada saya, yang selalu sabar dan tanpa henti memanjudkat doa untuk kelancaran dan keberkahan studi saya. Serta saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Yang Terhormat, Bapak Drs. H. Shofwan Azhar Sholihin., M.Sc selaku Ayahanda dan Dosen Pembimbing yang telah menjadi Guru dan *partner sharing* terbaik yang banyak membantu dalam penulisan

skripsi, memberikan masukan ilmu, waktu dan semangat serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

2. Yang Terhormat, Bapak Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku Dosen Penelaah Konsentarsi yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Yang Terhormat, Ibu Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Yang Terhormat, Bapak Dr. (HC) Ir. Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia.
5. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo S., Drs., MSc.Selaku Direktur Program studi S1 Manajemen serta Dosen Wali yang telah memberikan masukan dan arahan dalam menjalani perkuliahan IKOPIN.
6. Seluruh Dosen IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh pendidikan di IKOPIN.
7. Keluarga Bapak Kholik & Ibu Rofiqoh, serta Paramita, Gunung dan Sonia yang telah saya anggap sebagai orang tua dan keluarga sendiri.
8. Seluruh staff administrasi dan sekretariat IKOPIN, serta tidak lupa untuk karyawan dan karyawan perpustakaan IKOPIN yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

9. Bapak H. Dindin Burhannudin, SE., MSc selaku Bapak, Guru dan Ketua Umum KKB IKOPIN.
10. Seluruh Staff & Karyawan KKB IKOPIN.
11. Rekan-rekanku Verdina Putri dan Eri Gunawan selaku Pengurus di KKB IKOPIN Periode 2018-2021, terima kasih atas semangat serta dukungannya.
12. Keluarga Besar **Mizu Shield** Jo Syarif dan Ka Anita.
13. Teman-teman kepengurusan MAC KKB IKOPIN periode 2016-2017 Muhammad Fadhil, Verdina Putri, Linda Herdianti, Flaviandra El Thizy, Anastasia Andika, Leli Suharti dan Gaga Prayoga. Teman-teman seperjuangan MAC KKB IKOPIN angkatan 2015 serta seluruh DSM, Member dan para Alumni.
14. Anggota Tim Epenjer Al, Ikhsan, Dika, Fahmi, Tyas, Raisa dan Qisthi yang selalu menghadirkan kebahagiaan dengan tingkah laku bodoh mereka yang alami serta tidak dibuat-buat dan obrolan tidak penting namun berfaedah.
15. Asoka Squad Nawan, Adhon, Mugi, Wiki, Risko, Biyu, Samo dan Barep yang begadang tiap hari.
16. Anastasia Andika Putri yang sudah banyak membantu dalam kemajuan dan perubahan saya.
17. Teman-teman main bareng game PUBG Mobile dan Mobile Legends yang selalu menemani dari mulai *To Soon* hingga *Winner Winner Chicken Dinner*.

18. Teman-teman seperjuangan kelas A 2015 program studi manajemen, teman-teman konsentrasi manajemen pemasaran dan teman-teman satu bimbingan.
19. Google, Wikipedia, Youtube, Instagram dan WhatsApp yang sudah menjadi sumber referensi dan literatur penulisan.
20. Teman-teman Jawa dan Sriboga Mas Arfan, Nurrudin, Fajar, Razor, Ala, Ricky, Aldi, Dyan, Diah, Koko dan Sukma.
21. Semua teman-teman atau pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doanya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan kemampuan sebagai manusia biasa, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat berharga bagi penulis dan teriring ucapan semoga Allah Azza wa Jalla melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya serta balasan yang berlipat ganda kepada semua yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, Juli 2019

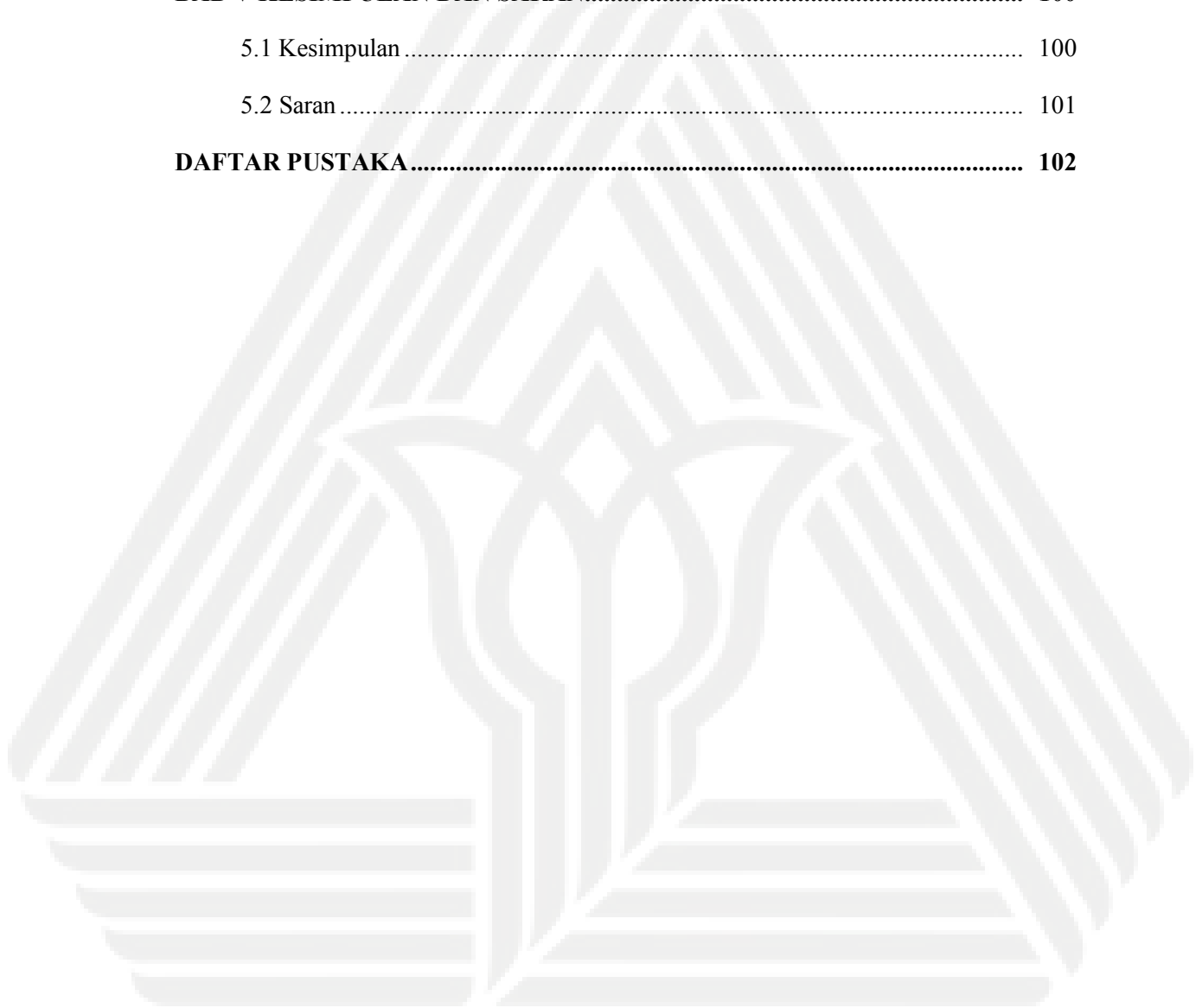
Budi Setiawan

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	.. i
RINGKASAN	..ii
ABSTRAC	.. iii
KATA PENGANTAR.....	.. iv
DAFTAR ISI	.. viii
DAFTAR TABEL	.. xi
DAFTAR GAMBAR.....	.. xv
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB IPENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Motif Pembelian	14
2.1.2.1 Sifat Motif.....	18
2.1.2.2 Klasifikasi Motif	19
2.1.2.3 Jenis Motif Pembelian	20
2.1.3 Item In Game di Game PUBG Mobile	23
2.1.4 Manfaat Bermain Game.....	25
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	33

2.3 Metode Penelitian	34
2.3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	34
2.3.2 Kerangka Pemikiran	35
2.3.3 Data Yang Digunakan	35
2.3.4 Operasional Variabel	37
2.3.5 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	39
2.4 Teknik Pengumpulan Data	40
2.5 Rancangan Analisis Data	41
2.6 Tempat Penelitian	49
2.7 Jadwal Waktu Penelitian.....	49
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	50
3.1 Sejarah Perusahaan	50
3.2 Keadaan Umum Perusahaan	54
3.3 Keuangan Perusahaan	55
3.4 Perilisan Game	56
3.4.1 Microsoft.....	56
3.4.2 Xbox ONE.....	57
3.4.3 Mobile Version.....	58
3.4.4 PS 4	58
3.4.5 PUBG Lite.....	59
3.5 Profil Perancang Game	59
3.6 Prestasi Game PUBG Mobile.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Motif Beli Player pada Pembelian Item In Game.....	64
4.2 Motif Dominan Player pada Pembelian Item In Game.....	77
4.3 Manfaat Bermain Game Online	80

4.4 Identitas Player PUBG Mobile.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102



IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 2.7. Tanggapan Responden bagi tiap indikator motif beli	42
Tabel 2.8. Rekapitulasi Nilai dari Variabel Motif Beli	42
Tabel 2.9. Rekapitulasi Skor Total Motif Primer dengan Motif Selektif.....	44
Tabel 2.10. Rekapitulasi Skor Total Motif Rasional dengan Motif Emosional.....	45
Tabel 2.11. Tanggapan Responden bagi tiap indikator manfaat bermain game online	47
Tabel 2.12. Rekapitulasi Nilai dari Variabel manfaat bermain game online ...	47
Tabel 3.2 Daftar Penghargaan PUBG Corp	61
Tabel 4.1. Tanggapan responden terkait indikator membeli item in game karena pertemanan.....	64
Tabel 4.2. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game untuk proses pembelajaran	65
Tabel 4.3. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena percaya terhadap kualitas game online	66
Tabel 4.4. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena game online yang dimainkan sudah terkenal.....	67
Tabel 4.5. Tanggapan responden terkait indikator Biaya atau harga item in game yang terjangkau.....	68

Tabel 4.6. Tanggapan responden terkait indikator Cara pembelian item in game yang mudah.....	69
Tabel 4.7. Tanggapan responden terkait indikator Item in game yang dibeli bersifat tahan lama	70
Tabel 4.8. Tanggapan responden terkait indikator Item in game yang dibeli lebih hemat dalam penggunaan	71
Tabel 4.9. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena ingin tampak berbeda dengan gamer lain	72
Tabel 4.10. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena kebanggaan dengan penampilan pribadi.....	73
Tabel 4.11. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena pencapaian status sosial yang lebih baik	74
Tabel 4.12. Tanggapan responden terkait indikator Membeli item in game karena pengaruh promosi	75
Tabel 4.3 Rekapitulasi Motif Beli.....	76
Tabel 4.14. Rekapitulasi Skor Total Antara Motif Primer dengan Motif Selektif	77
Tabel 4.15. Rekapitulasi Skor Total Antara Motif Rasional dengan Motif Emisional.....	78
Tabel 4.16. Tanggapan responden terkait indikator Melatih Konsentrasi	79
Tabel 4.17. Tanggapan responden terkait indikator Melatih Kesabaran	81
Tabel 4.18. Tanggapan responden terkait indikator Menghilangkan stress.....	82

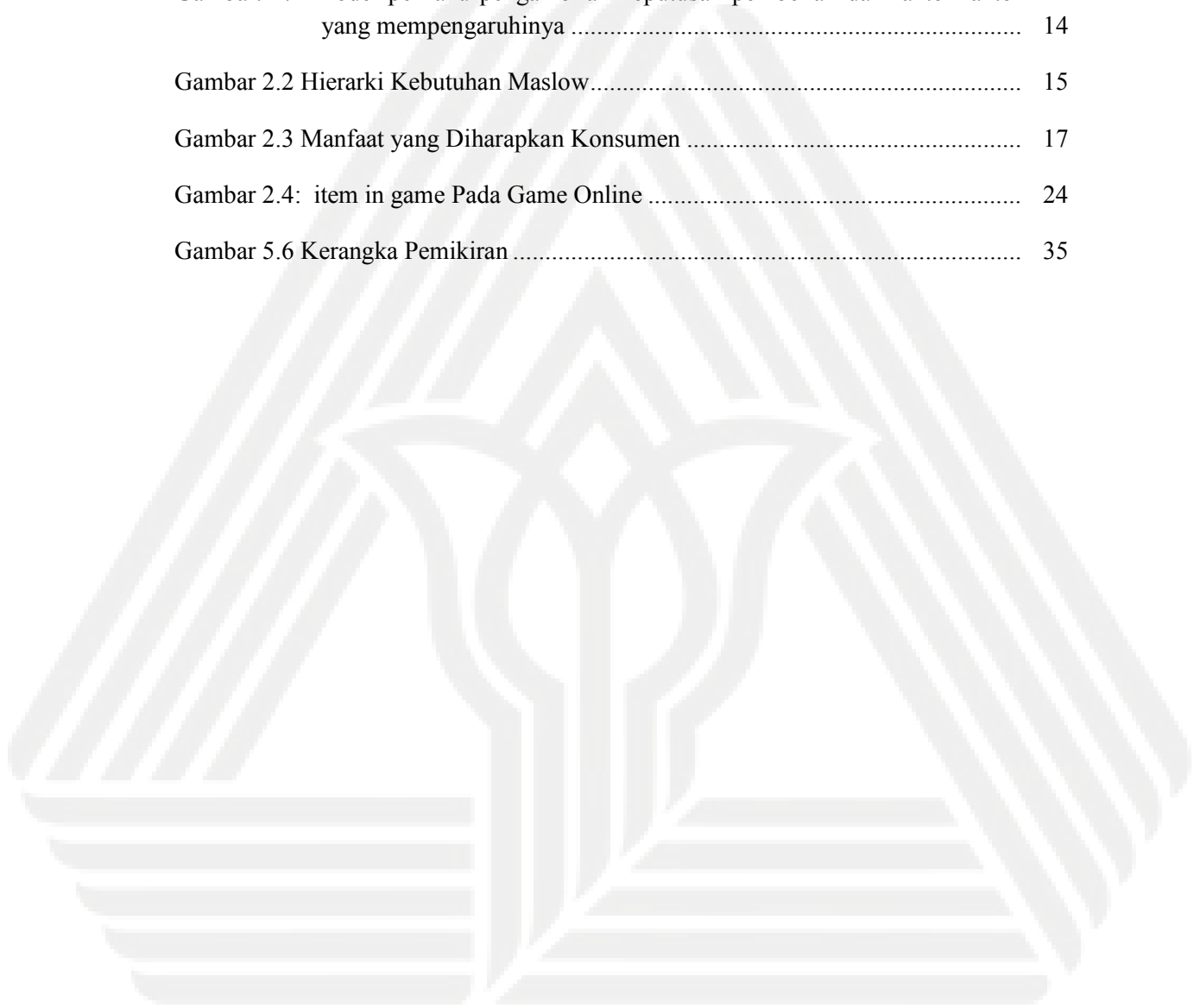
Tabel 4.19. Tanggapan responden terkait indikator Meningkatkan kemampuan berbahasa inggris	83
Tabel 4.20. Tanggapan responden terkait indikator Meningkatkan kecepatan reflex tangan dan mata	84
Tabel 4.21. Tanggapan responden terkait indikator Menumbuhkan sikap pantang menyerah	85
Tabel 4.22. Tanggapan responden terkait indikator Memudahkan untuk menyelesaikan masalah	86
Tabel 4.23. Tanggapan responden terkait indikator Mendapatkan uang dari game online	87
Tabel 4.24. Tanggapan responden terkait indikator Mendapatkan popularitas	88
Tabel 4.25. Tanggapan responden terkait indikator Memperluas relasi pertemana	89
Tabel 4.26. Tanggapan responden terkait indikator Meningkatkan kemampuan otak dalam mengatur strategi	90
Tabel 4.27 Rekapitulasi Manfaat Bermain Game	91
Tabel 4.28. Tanggapan responden terkait informasi jenis kelamin	92
Tabel 4.29. Tanggapan responden terkait informasi usia	92
Tabel 4.30. Tanggapan responden terkait informasi pekerjaan	93
Tabel 4.31. Tanggapan responden terkait informasi pendapatan perbulan.....	93
Tabel 4.32. Tanggapan responden terkait informasi pihak yang memperkenalkan game PUBG Mobile	94

Tabel 4.33. Tanggapan responden terkait informasi lama bermain game PUBG Mobile dalam sehari	94
Tabel 4.34. Tanggapan responden terkait informasi metode yang sering ddigunakan dalam pembelian item in game	95
Tabel 4.35. Tanggapan responden terkait informasi mengenal/lamamenggunakan game PUBG Mobile	96
Tabel 4.36. Tanggapan responden terkait informasi besaran UC yang sering dibeli.....	96
Tabel 4.37. Tanggapan responden terkait informasi item in game yang sering dibeli	97
Tabel 4.38 Rekapitulasi Informasi Responden	98

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 2.1 Model perilaku pengambilan keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya	14
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow.....	15
Gambar 2.3 Manfaat yang Diharapkan Konsumen	17
Gambar 2.4: item in game Pada Game Online	24
Gambar 5.6 Kerangka Pemikiran	35



IKOPIN