

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>18</b>
<b>KAJIAN TEORETIK</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1 Deskripsi konseptual</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2 Hasil Penelitian yang Relevan</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3. Kerangka teoretik</b> .....	<b>26</b>
<b>2.4. Perumusan hipotesis penelitian</b> .....	<b>26</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>27</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
<b>3.1 Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	<b>28</b>
<b>3.3 Skala Pengukuran</b> .....	<b>28</b>
<b>3.4 Populasi dan Sampling</b> .....	<b>29</b>
<b>3.5 Jenis dan Sumber Data</b> .....	<b>31</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>31</b>
<b>3.7 Operasionalisasi Variabel Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data</b> .....	<b>36</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Deskriptif Unit Analisis.....</b>	<b>45</b>
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	48
<b>4.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>49</b>
<b>4.3 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
<b>4.4 <i>Confirmatory factor analysis</i> .....</b>	<b>63</b>
<b>4.5 <i>Full Model SEM</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>4.5 <i>Fit Model SEM</i> .....</b>	<b>73</b>
<b>4.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....</b>	<b>76</b>
<b>4.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
• <b>Lampiran 1 .....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran 2 .....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 3 .....</b>	<b>98</b>
<b>Lampiran 4 .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran 5 .....</b>	<b>117</b>
<b>Lampiran 6 .....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Perkiraan segmentasi pasar gim periode tahun 2015-2020.....	3
I.2	Pendapatan gim digital periode tahun 2018.....	6
I.3	<i>free-to-play market and forecast by region</i> .....	7
I.4	Pertumbuhan pendapatan gim dari pemain berbayar.....	8
I.5	Perkiraan pendapatan <i>battle royale</i> di seluruh dunia.....	9
I.6	Contoh <i>Loot Boxes</i> PUBG Mobile.....	11
II.1	Kerangka Teoritik.....	25
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
IV.3	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Rata-Rata PerBulan.....	48
IV.4	Model <i>First Order</i> Variabel Sikap.....	64
IV.5	Model <i>First Order</i> Variabel Persepsi Nilai .....	66
IV.6	Model <i>First Order</i> Variabel Motivasi.....	67
IV.7	Model <i>First Order</i> Variabel Kepuasan .....	69
IV.8	Model <i>First Order</i> Variabel Kesiediaan Membayar .....	70
IV.9	<i>Full Model SEM</i> .....	72
IV.10	<i>Fit Model SEM</i> .....	73

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Penelitian Terdahulu .....	14
II.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
III.1	Operasional Variabel Penelitian.....	28
III.2	Pengukuran Skala Ordinal Genap.....	31
III.3	Ringkasan Acuan Validitas.....	40
III.4	Kriteria goodness of fit (GoF).....	43
IV.1	Distribusi jawaban indikator Sikap (X1).....	49
IV.2	Distribusi jawaban indikator Persepsi Nilai (X2) .....	50
IV.3	Distribusi jawaban indikator Motivasi (X3).....	51
IV.4	Distribusi jawaban indikator Kepuasan (Y).....	52
IV.5	Distribusi jawaban indikator Kesiediaan Membayar (Z) .....	53
IV.6	Uji Validitas Sikap (X1) dengan KMO.....	54
IV.7	<i>Component Matrix</i> Variabel Sikap.....	55
IV.8	Uji Validitas Persepsi Nilai (X2) dengan KMO.....	56
IV.9	<i>Component Matrix</i> Variabel Persepsi Nilai .....	56
IV.10	Uji Validitas Pengalaman Merek (X3) dengan KMO .....	57
IV.11	<i>Component Matrix</i> Variabel Motivasi.....	58
IV.12	Uji Validitas Kepuasan (Y) dengan MKO .....	58
IV.13	<i>Component Matrix</i> Variabel Kepuasan (Y) .....	59
IV.14	Uji Validitas Kesiediaan Membayar (Z) dengan MKO .....	60
IV.15	<i>Component Matrix</i> Variabel Kesiediaan Membayar (Z).....	60

IV.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap .....	61
IV.17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Nilai .....	62
IV.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi .....	62
IV.19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	62
IV.20	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesiediaan Membayar .....	63
IV.21	<i>First Construct</i> Variabel sikap.....	64
IV.22	<i>First Construct</i> Persepsi Nilai .....	66
IV.23	<i>First Construct</i> Motivasi .....	67
IV.24	<i>First Construct</i> Kepuasan.....	69
IV.25	<i>First Construct</i> Kesiediaan Membayar .....	71
IV.26	Full Model SEM.....	72
IV.27	Fit Model SEM.....	74
IV.28	Indikator Fit Model .....	75
IV.29	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	76
IV.30	Estimasi Hubungan Fit Full Model .....	77