



**FREKUENSI PEMBELIAN DAN METODE PEMBELIAN *VIRTUAL ITEM*  
BERBAGAI JENIS *GAME ONLINE* BERDASARKAN  
KARAKTERISTIK BIOGRAFIS  
(STUDI KASUS PADA PEMAIN *GAME ONLINE* INDONESIA )**

PURCHASE FREQUENCY AND PURCHASE METHOD VIRTUAL  
VARIOUS TYPES OF ONLINE GAME ITEMS BASED ON  
BIOGRAPHIC CHARACTERISTICS  
(CASE STUDY ON INDONESIAN ONLINE GAME PLAYERS )

**SKRIPSI**

Oleh :

**Nira Nurani Widya Dewi**  
NIM 130810201071

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**



**FREKUENSI PEMBELIAN DAN METODE PEMBELIAN *VIRTUAL*  
*ITEM* BERBAGAI JENIS *GAME ONLINE* BERDASARKAN  
KARAKTERISTIK BIOGRAFIS  
(STUDI KASUS PADA PEMAIN *GAME ONLINE* INDONESIA)**

**PURCHASE FREQUENCY AND PURCHASE METHOD  
VIRTUALVARIOUS TYPES OF ONLINE GAME ITEMS BASED ON  
BIOGRAPHIC CHARACTERISTICS  
(CASE STUDY ON INDONESIAN ONLINE GAME PLAYERS )**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

**Nira Nurani Widya Dewi**  
**NIM 130810201071**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**



**FREKUENSI PEMBELIAN DAN METODE PEMBELIAN *VIRTUAL*  
*ITEM* BERBAGAI JENIS *GAME ONLINE* BERDASARKAN  
KARAKTERISTIK BIOGRAFIS  
(STUDI KASUS PADA PEMAIN *GAME ONLINE* INDONESIA)**

PURCHASE FREQUENCY AND PURCHASE METHOD  
VIRTUALVARIOUS TYPES OF ONLINE GAME ITEMS BASED ON  
BIOGRAPHIC CHARACTERISTICS  
(CASE STUDY ON INDONESIAN ONLINE GAME PLAYERS)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

**Nira Nurani Widya Dewi**  
**NIM 130810201071**

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**2019**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER- FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Nira Nurani Widya Dewi  
NIM : 130810201071  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item*  
Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografis  
(Studi Kasus Pada Pemain *Game Online* Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Yang menyatakan ,

Nira Nurani Widya Dewi  
NIM. 130810201071

**TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi Kasus Pada Pemain *Game Online* Indonesia).

Nama Mahasiswa : Nira Nurani Widya Dewi

NIM : 130810201071

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 4 September 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. Raden Andi Sularso MSM.  
NIP. 196004131986031002

Chairul Saleh S.E., M.Si  
NIP. 196903061999031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Hadi Paramu, MBA.Ph.D  
NIP.196901201993031002

**FREKUENSI PEMBELIAN DAN METODE PEMBELIAN VIRTUAL ITEM  
BERBAGAI JENIS GAME ONLINE BERDASARKAN  
KARAKTERISTIK BIOGRAFIS  
(STUDI KASUS PADA PEMAIN GAME ONLINE INDONESIA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nama : Nira Nurani Widya Dewi**

**Nim : 130810201071**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

.....

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Diah Yulisetiarni, M. Si. (.....)**  
**NIP. 196107291986032001**

**Sekretaris : Mochammad Farid Afandi S.E., M. Si (.....)**  
**NIP. 197912272008121002**

**Anggota : Dra. Lilik Farida, M. Si, (.....)**  
**NIP. 196311281989022001**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

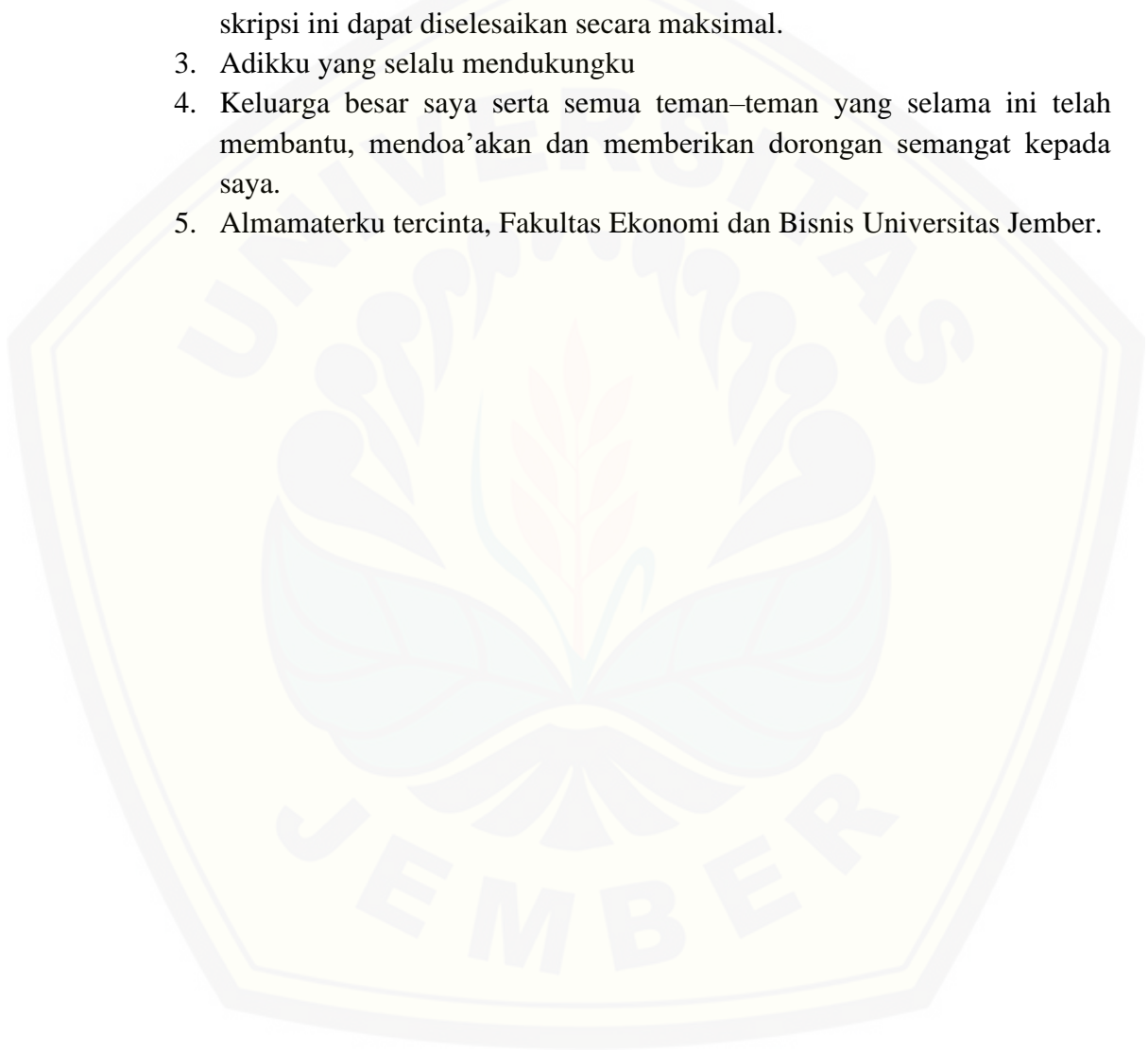
4X6

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak**  
**NIP.197107271995121001**

**PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Julatri dan Bapak Nurselo
2. Dosen pembimbing skripsi Bapak Prof. Dr. Raden Andi Sularso MSM. dan Chairul Saleh S.E., M.Si yang selalu sabar membimbing saya hingga skripsi ini dapat diselesaikan secara maksimal.
3. Adikku yang selalu mendukungku
4. Keluarga besar saya serta semua teman-teman yang selama ini telah membantu, mendoa'akan dan memberikan dorongan semangat kepada saya.
5. Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



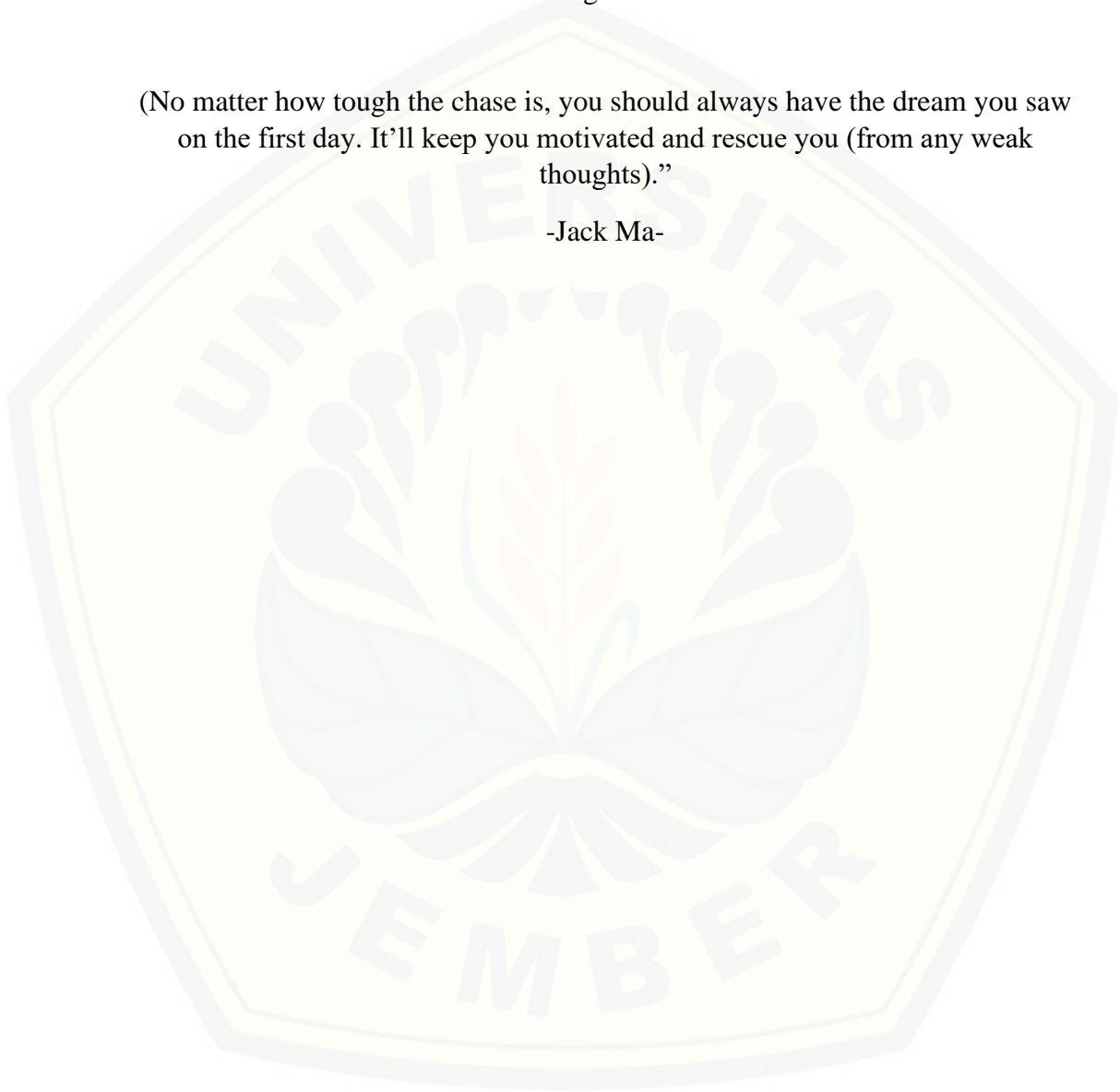
**MOTTO**

Setelah kita menyadari bahwa pemahaman yang tidak sempurna merupakan kondisi manusia, tidak ada rasa malu untuk sebuah kesalahan, hanya kegagalan untuk memperbaiki kesalahan kita.

-George Soros-

(No matter how tough the chase is, you should always have the dream you saw on the first day. It'll keep you motivated and rescue you (from any weak thoughts).”

-Jack Ma-





## RINGKASAN

**Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografi (Studi Kasus Pada Pemain *Game Online* Indonesia);** Nira Nurani Widya Dewi; 130810201071; 2019; 168 halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi mengakibatkan dampak besar bagi masyarakat. Teknologi yang saat ini sedang mengalami perkembangan dibidang hiburan salah satunya adalah *game online*. *Game online* membutuhkan jaringan internet untuk memainkannya. Jaringan internet menghubungkan pemain *game online* kepada server dan pemain *game* lain yang sedang memainkan *game* yang sama dalam waktu yang sama pula. Pertumbuhan *game online* khususnya di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam sepuluh tahun terakhir. Berbagai jenis *game online* diciptakan oleh *game developer*. Perkembangan tersebut membuat tidak hanya bermain *game online* tetapi dapat menjadi peluang bisnis *game developer* untuk menjual *virtual item*. Pemain *game* yang membeli *virtual item* dari berbagai latar belakang karakteristik biografis seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, lama bermain, pendapatan dan pengeluaran untuk membeli *virtual item*.

Berdasarkan fenomena dari hal tersebut, maka peneliti ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi pembelian *virtual item* berdasarkan karakteristik biografi, jenis *game online* berdasarkan karakteristik biografis, serta metode pembelian dan pembayaran berdasarkan karakteristik biografis. Penelitian ini merupakan analisis deskriptif dengan menggunakan *crosstabs* dan *Chi-Square* bertujuan untuk mengetahui perbedaan dari *variabel* yang telah dianalisis yang diharapkan dapat dimplikasikan untuk *game developer* dan *e-commerce* penyedia *virtual item* agar lebih tepat dalam segmentasi pasar penjualan *virtual item*. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampel*. Sampel yang digunakan adalah pemain *game online* yang telah melakukan pembelian *virtual item*. Penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan kuesioner *online* dengan jumlah 286 responden pemain *game online* di Indonesia.

Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa frekuensi pembelian berdasarkan terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal jenis kelamin, usia, pendidikan, lama bermain, pendapatan serta pengeluaran, sedangkan jenis *game online* terdapat perbedaan pada hal jenis kelamin, pendapatan serta pengeluaran, metode pembelian terdapat perbedaan pada jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan.

## SUMMARY

**The Frequency of Purchases and *Virtual Purchase Methods* of Various Types of *Online Games* Based on Biographical Characteristics (Case Study on Indonesian *Online Game Players*);** Nira Nurani Widya Dewi; 130810201071; 2019; 168 pages; Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Jember.

The development of Science and Technology has had a major impact on society. Technology that is currently experiencing developments in the field of entertainment, one of which is *online gaming*. *Online games* require internet networks to play it. The internet network connects *online game* players to servers and other *game* players who are playing the same *game* at the same time. The growth of *online games* especially in Indonesia has experienced rapid development in the last ten years. Various types of *online games* were created by *game* developers. This development made it not only playing *online games* but it could be a *game* developer business opportunity to sell *virtual items*. *Game* players who buy *virtual items* from various backgrounds, biographical characteristics such as gender, age, education, playing time, income and expenses to buy *virtual items*.

Based on the phenomenon of this, the researcher aims to determine the frequency of *virtual item* purchases based on the characteristics of the biography, the type of *online game* based on biographical characteristics, and the method of buying and payment based on biographical characteristics. This research is a descriptive analysis using *crosstabs* and *Chi-Square* aims to determine the differences of the variables that have been analyzed which are expected to be multiplied for *game* developers and e-commerce providers of *virtual items* so that they are more appropriate in the *virtual item* sales market segmentation. The sampling technique used was purposive sample. The sample used is an *online game* player who has made a *virtual item* purchase. The distribution of questionnaires was carried out using an *online* questionnaire with a total of 286 *online game* player respondents in Indonesia.

The results of this study found that the frequency of purchases based on there were significant differences in terms of sex, age, education, playing time, income and expenses, while the type of *online games* there were differences in gender, income and expenditure, the method of purchase was different in sex, age, education, and income.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi Kasus Pada Pemain *Game Online* Indonesia). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

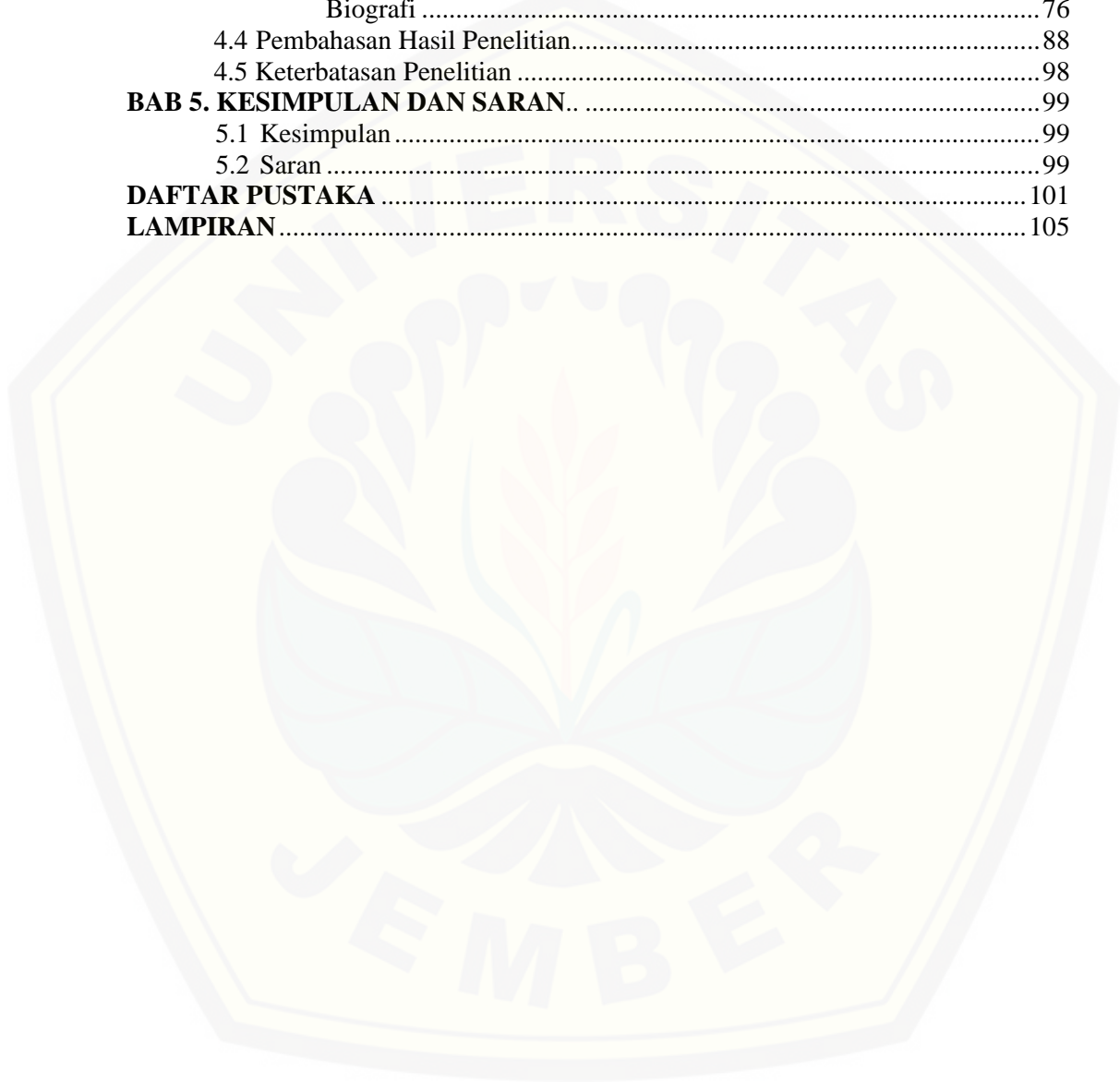
1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M Ak.selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi S1Manajemen.
4. Prof. Dr. Raden Andi Sularso MSM selaku Pembimbing I dan Chairul Saleh S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang sudah bersedia memberikan waktu, pemikiran, semangat , dan nasehat yang sangat bermanfaat.
5. Dr. Diah Yulisetiarni, M. Si, Mochammad Farid Afandi S.E., M. Si, dan Dra. Lilik Farida,M.Si, sebagai penguji yang telah memberikan masukan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
7. Teristimewa Ibu dan Bapak tercinta, Julatri dan Nurselo yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dan dukungan doa selama ini.
8. Adikku dan Rudi Kurniawan yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangatnya selama ini.
9. Semua pihak yang tidak mampu saya sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat keterbatasan dan kekurangan, oleh karena itu semua kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan Ilmu Manajemen Pemasaran bagi pembacanya.

DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Kajian Teoritis.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Frekuensi Pembelian.....	11
2.1.4 <i>Game online</i> .....	11
2.1.5 Jenis <i>Game online</i> .....	12
2.1.6 <i>Virtual item</i> .....	14
2.1.7 Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> .....	14
2.1.8 Karakteristik Biografi.....	18
2.2 Kajian Empiris.....	22
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Informan/Objek Penelitian.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Kuesioner.....	33
3.4.2 Wawancara.....	34
3.5 Definisi Operasional.....	34
3.6 Skala Pengukuran Variabel.....	35
3.7 Metode Analisis Data.....	36
3.7.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	36
3.7.2 Metode Analisis <i>Crosstabs</i> dan Perhitungan Statistik <i>Chi-Square</i> .....	37
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	39
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
4.1 Gambaran Umum Perkembangan <i>Game online</i> di Indonesia.....	41

4.1.1 Perkembangan <i>Game online</i> di Indonesia.....	42
4.2 Deskriptif Karakteristik Responden .....	42
4.3 Analisis <i>Crosstabs</i> dan <i>Chi-Square</i> .....	50
4.3.1 Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Karakteristik Biografi .....	51
4.3.2 Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Karakteristik Biografi .....	64
4.3.3 Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Karakteristik Biografi .....	76
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.5 Keterbatasan Penelitian .....	98
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.</b> .....	99
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	101
<b>LAMPIRAN</b> .....	105



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Prosentase Karakteristik Biografi .....	3
1.2 Rangkuman Penelitian Terdahulu .....	26
1.3 Skala Pengukuran Variabel .....	35
4.1 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	45
4.4 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Lama Bermain <i>Game Online</i> .....	46
4.5 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	46
4.6 Karakteristik Biografi Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	47
4.7 Deskripsi Frekuensi Pembelian <i>Virtual Item</i> .....	48
4.8 Deskripsi Jenis <i>Game Online</i> yang Disukai Responden .....	49
4.9 Metode Pembelian dan Pembayaran yang Dipilih Responden.....	50
4.10 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.11 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Usia .....	53
4.12 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendidikan .....	56
4.13 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Lama Bermain <i>Game online</i> .....	58
4.14 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.15 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pengeluaran .....	62
4.16 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.17 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Usia.....	67
4.18 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Pendidikan .....	69
4.19 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Lama Bermain .....	71
4.20 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Pendapatan.....	73
4.21 Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> berdasarkan Pengeluaran .....	75
4.22 Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
4.23 Hasil Analisis Metode Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Usia ....	79
4.24 Hasil Analisis Metode Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendidikan .....	81
4.25 Hasil Analisis Metode Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Lama Bermain <i>Game Online</i> .....	83
4.26 Hasil Analisis Metode Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendapatan.....	85
4.27 Hasil Analisis Metode Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pengeluaran .....	87

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

1.1 Hasil Pra-survey Jenis <i>Game online</i> yang Diminati.....	5
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	39
4.1 Statistik Histogram Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.2 Statistik Histogram Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Usia.....	55
4.3 Statistik Histogram Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendidikan .....	57
4.4 Statistik Histogram Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Lama Bermain <i>Game online</i> .....	59
4.5 Statistik Histogram Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.6 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pengeluaran .....	63
4.7 Statistik Histogram Hasil Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.8 Statistik Histogram Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Usia.....	68
4.9 Statistik Histogram Hasil Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Pendidikan .....	70
4.10 Statistik Histogram Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Lama Bermain <i>Game Online</i> .....	72
4.11 Statistik Histogram Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Pendapatan.....	74
4.12 Statistik Histogram Hasil Analisis Jenis <i>Game online</i> Berdasarkan Pengeluaran .....	76
4.13 Statistik Histogram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.14 Statistik Histogram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Usia .....	80
4.15 Statistik Histogram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendidikan.....	82
4.16 Statistik Histogram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Lama Bermain <i>Game online</i>	84
4.17 Diagram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i> Berdasarkan Pendapatan.....	86
4.18 Diagram Hasil Analisis Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual</i> <i>Item</i> Berdasarkan Pengeluaran.....	88

**DAFTAR LAMPIRAN**

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	105
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden .....	109
Lampiran 3. Analisis Deskriptif Statistik .....	128
Lampiran 4. Uji <i>Crosstabs</i> dan <i>Chi-Square</i> .....	131





## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Internet menjadi suatu bagian yang penting untuk kehidupan manusia. Internet dapat dimanfaatkan untuk komunikasi, interaksi sosial, hubungan bisnis maupun di bidang hiburan. Di Indonesia berdasarkan data lembaga riset *e-marketer* yang di keluarkan oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia penggunaan internet (*netter*) pada tahun 2016 mencapai 102,8 juta orang dan tahun 2017 mencapai 112,6 juta orang. Dengan pencapaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Bahkan pada tahun 2018 ada 123 juta orang yang akan menggunakan internet Kominfo (2014). Dengan penggunaan internet yang semakin pesat juga memicu perkembangan di dunia hiburan, salah satunya adalah *game online*.

*Game online* merupakan *game* melalui koneksi internet yang dapat dimainkan oleh seorang pemain maupun lebih. Peningkatan *game online* terjadi dalam sepuluh tahun terakhir. *Game online* dapat dimainkan dengan menggunakan perangkat seperti PC atau *mobile*. Faktor yang memengaruhi peningkatan *game* yaitu situs *web game* menyediakan *streaming video*, audio, dan interaktivitas pengguna yang mumpuni Hasdy (2015:78). Di dalam *game online* menyediakan berbagai jenis (*genre*) permainan seperti : *Action*, *RPG (Role Playing Game)/Massive Multiplater Online Role Playing Game (MMPORPG)*, *Simulasi*, *First Person Shooter (FPS)*, *Real Time Strategi*. Setiap jenis *game online* memiliki ciri khas khusus agar para pemain termotivasi memainkan *game* yang sesuai dengan minatnya. Berbagai jenis permainan yang berbeda menyediakan *virtual item* masing-masing *game*.

Pemain *game* yang membutuhkan *virtual item*, akan membeli *virtual item* di *developer game* atau *e-commerce virtual item* yang menyediakan. Semakin meningkatnya peminat *game online* memungkinkan untuk terjadi transaksi jual beli *virtual item* yang ada di *game online* tersebut. Menurut data dari perusahaan analisis

*DFC Intellegence*, pendapatan keseluruhan untuk penerbit *game online* tumbuh 32% ditahun 2016, melampaui \$30 miliar. Penerbit *game online* disebut dengan *Game Developer* merupakan buah profesi dimana seseorang membuat suatu permainan dengan bahasa pemograman tertentu yang nantinya dipublikasikan. *Game* yang dibuat tersebut tentunya memiliki nilai ekonomi yang tinggi, sehingga banyak orang yang berlomba-lomba dalam mengembangkan teknologi *game*. Profesi *game developer* ini terbagi kedalam beberapa bidang, seperti *team leader*, *game designer*, *producer*, *programmer*, *artist*, *composer (music editor)*, *script* dan *text editor*, *cinematic*. Pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan didominasi dari penjualan *virtual item*.

*Virtual item* merupakan objek non fisik atau uang yang dibeli untuk digunakan di komunitas *online* atau *game online* Rina (2017:4). *Virtual item* merupakan produk yang secara nyata dapat dirasakan manfaatnya dan dapat diterima secara logika. Untuk mendapatkan *virtual item* dengan kualitas yang baik, maka pemain *game online* harus membelinya dengan uang nyata (*real money*). Ada beberapa alasan pemain *game online* membeli *virtual item* menggunakan uang nyata, seperti ingin karakternya lebih kompetitif dalam bersaing dengan pemain lainnya, di *game online* tidak hanya butuh *skill* tetapi juga perlu didukung *item-item* yang bagus untuk lebih menarik, pemain *game online* membeli *virtual item* untuk menambah kesenangan dengan *item* yang dibelinya bagus dan lebih kuat, selain itu untuk citra diri agar terlihat unik dan beda dari pemain *game online* lainnya, serta pemain *game online* merasa puas dengan suatu *game* yang dimainkannya akan rela mengeluarkan uang nyata untuk mendapatkan *gameplay*, *grafik*, layanan penerbit *game*, dan sebagainya sesuai dengan keinginan pemain.

*Virtual item* yang dimiliki, selain dapat dijual juga dapat ditransfer kepada pemain *game online* sejenis, yang bertujuan untuk menambah keuntungan dan ketertarikan pengguna. Semakin tinggi pemain *game online* dapat melakukan peran khusus, semakin meningkatnya interaksi sosial dan pertukaran informasi. Pemenuhan kebutuhan dan variansi atau jenis permainan, dapat memengaruhi frekuensi dalam pembelian *virtual item*.

Frekuensi pembelian *virtual item* merupakan tingkat pembelian alat tukar dalam *game online*, guna meningkatkan kualitas permainan dalam *game online*. Frekuensi pembelian *virtual item* dapat dilakukan dengan berbagai metode pembelian dan pembayaran yang disediakan oleh *developer game* atau *e-commerce* yang menjual *virtual item* dari berbagai jenis *game online*.

Metode pembelian dan pembayaran yang mudah dalam pemrosesan akan menjadi pilihan untuk para pemain *game*. Menurut hasil dari penelitian terhadap 111 responden dari Asia, Eropa, USA, Australia, Amerika Utara, Amerika Latin dan Selandia Baru, di mana 101 responden mengaku pernah melakukan pembelian *virtual item game online*, sehingga hanya 10 responden belum pernah melakukan pembelian selama bermain.

Tabel 1.1 Prosentase Karakteristik Biografi

No	Kategori	Presentase
1.	Jenis Kelamin	
	Laki –laki	34.29
	Perempuan	65.71
2.	Umur	
	dibawah 20tahun	5.71
	20-30 tahun	17.14
	30-40 tahun	22.86
	40-50 tahun	28.57
	Di atas 50 tahun	25.71
3.	Pendidikan	
	SMA	28.57
	Sarjana	42.86
	Master	22.86
	Doktor	5.71

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1.1 Prosentase Karakteristik Biografi

No	Kategori	Presentase
4.	Lama terlibat dalam dunia <i>Virtual</i>	
	Kurang dari 1 tahun	28.57
	1-3 tahun	28.57
	4-6 tahun	25.71
	Lebih dari 6 tahun	17.14
5.	Lama bermain dalam seminggu	
	Kurang dari 10 jam	22.86
	10-20 jam	28.57
	20-30 jam	31.43
	30-40 jam	2.86
	Lebih dari 40 jam	14.29

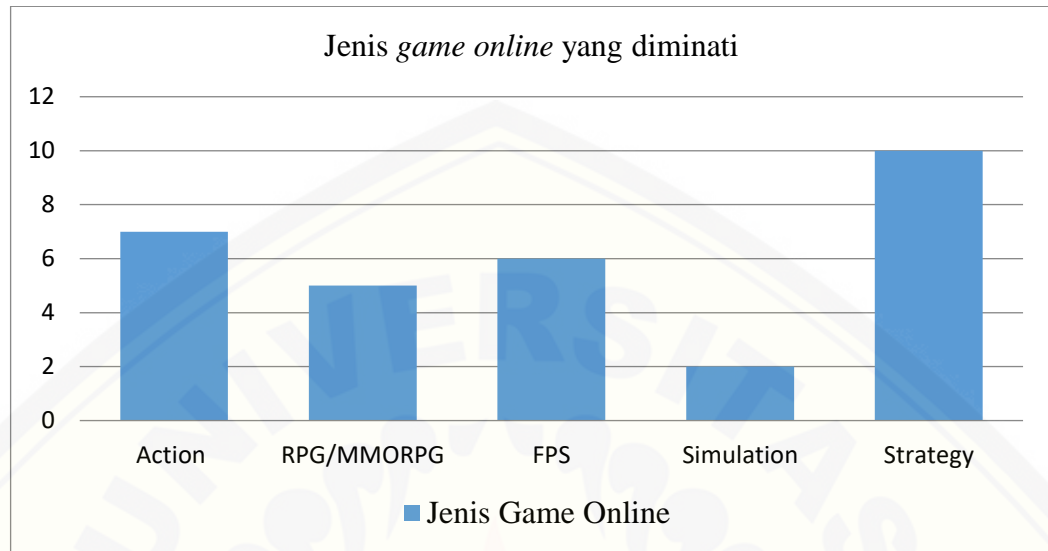
sumber: Kaburuan, Chen, dan Jeng (2011:6) International Journal

Tabel di atas membuktikan bahwa 90,1 % dari 111 responden telah melakukan pembelian *virtual item* dalam *game online*. Sisi *gender* wanita menempati urutan pertama, pembeli dengan usia 40-50 tahun menempati urutan tertinggi. Berdasarkan pendidikan, sarjana menempati urutan tertinggi, dan dari sisi lamanya bermain *game online*, 20-30 jam menempati urutan tertinggi. Fungsi dari pembelian *virtual item* dapat meningkatkan dan mengoptimalkan kompetensi yang akan mendukung pemain untuk menyelesaikan misi dalam *game online*.

Berdasarkan penelitian di atas tentang pembelian *virtual item* dapat diketahui karakteristik biografi yang melakukan pembelian *virtual item*. Menurut Li (2012:67) menghasilkan temuan yaitu, antara pria dan wanita memiliki perbedaan yang signifikan sehubungan dengan komponen proses afektif termasuk dorongan tak tertahankan untuk membeli, emosi positif, dan pengelolaan suasana hati dan komponen proses kognitif termasuk musyawarah kognitif, pembelian yang tidak direncanakan dengan pengecualian mengabaikan untuk masa depan.

Peneliti telah melakukan pra-survei secara acak terhadap 30 orang pemain *game online* di kota Jember yang pernah melakukan pembelian *virtual item* melalui

kuesioner yang dibuat oleh peneliti, survei tersebut menghasilkan data yang ditunjukkan Gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei Jenis *Game online* yang Diminati

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 19 laki-laki dan 11 perempuan pernah melakukan pembelian *virtual item*, jenis permainan yang sangat disukai adalah *genre* strategi, dikarenakan maraknya *game mobile* berbasis *android* yang dapat dimainkan di manapun dan kapan pun. Metode pembelian yang disediakan oleh *game developer* dan *e-marketer* ada berbagai macam seperti pulsa, bank transfer, uang tunai, dan dompetku. Dalam proses pembelian *virtual item* para pemain telah memiliki *game online* akan menyesuaikan serta memilih cara membeli *virtual item* yang paling efektif dan efisien.

Hasil dari penelitian ini dapat diimplementasikan untuk memberikan kontribusi kepada *game developer* dan *e-commerce virtual item* dalam hal pemetaan *segmentasi* dan *targeting* dalam penjualan *virtual item* berdasarkan karakteristik biografis dengan indikator gender, usia, pendidikan, lama bermain *game online*, pendapatan, dan pengeluaran dalam frekuensi pembelian *virtual item* berbagai jenis *game online*, serta klasifikasi karakteristik biografis dalam memilih metode pembelian *virtual item*. Peningkatan pemasaran dalam penjualan *virtual item* masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada dan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti ingin menggali lebih dalam tentang seberapa penting dilakukan penelitian mengenai frekuensi pembelian *virtual item* dalam berbagai jenis *game online* dan metode pembelian *virtual item* berdasarkan karakteristik biografis, Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk dilakukan penelitian: “Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game online* Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi pada pemain *game online* Indonesia).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada perbedaan frekuensi pembelian dan metode pembelian *virtual item* berbagai jenis *game online* berbasis karakteristik biografis pada pemain *game online* di Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, untuk mendeskripsikan dan menganalisis perbedaan frekuensi pembelian dan metode pembelian *virtual item* berbagai jenis *game online* berbasis karakteristik biografis.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat diharapkan dari penelitian ini adalah :

### 1.4.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan tentang frekuensi dan metode pembelian *virtual item* berbagai jenis *game online* berbasis karakteristik biografis serta peneliti menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *online game marketing*.

### 1.4.2 Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan untuk dijadikan referensi bagi penelitian yang akan datang.

1.4.3 Bagi Perusahaan *Developer Game Online*

Diharapkan hasil penelitian dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan *developer game online*, agar dapat tepat sasaran dalam penjualan dan dapat meningkatkan penjualan *virtual item*.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Teoritis

#### 2.1.1 Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2008:30) perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan. Para pemasar membutuhkan informasi yang tepat untuk mengenali konsumennya dan ketrampilan khusus untuk menganalisis dan menginterpretasikan informasi. Menurut Setiadi (2003:83) bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstong (2018:54) bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal. Perilaku konsumen dapat disimpulkan dari semua definisi di atas sebagai studi tentang proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan produk, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen. Secara sederhana, istilah perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Pada hakikatnya, lingkup studi perilaku konsumen meliputi sejumlah aspek krusial.

Banyak faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, perilaku pembelian tidak pernah sederhana, tetapi memahaminya merupakan tugas yang sangat penting bagi pihak manajemen pemasaran. Peter dan Olson (2001:170) menyatakan bahwa.

- a. Perilaku konsumen itu dinamis karena pikiran, perasaan, dan tingkah laku individu, kelompok konsumen dan lingkungan sosial akan selalu berubah.



- b. Perilaku konsumen dipengaruhi pikiran antar manusia, perasaan, dan tingkah laku beserta lingkungannya.
- c. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh perubahan-perubahan diantara manusia.

Konsumen di seluruh dunia mempunyai keinginan serta kebutuhan yang berbeda dan beragam. Produsen harus memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumen, sehingga akan diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumen dan dapat menilai kembali kebutuhan konsumen sekarang dan yang akan datang. Pemasar harus mengumpulkan informasi dari konsumen untuk evaluasi kesempatan utama pemasaran dalam pengembangan pasar.

#### 2.1.2 Keputusan Pembelian

Menurut Mulyadi (2001:299) pembelian adalah suatu usaha yang dilakukan untuk pengadaan barang yang diperlukan oleh perusahaan. Jenis pembelian berdasarkan transaksi.

1. **Transaksi pembelian tunai** adalah jenis transaksi dimana pembayarannya dilakukan secara langsung pada saat barang diterima.
2. **Transaksi pembelian kredit** adalah jenis transaksi dimana pembayarannya tidak dilakukan secara langsung pada saat barang diterima, tetapi dilakukan selang beberapa waktu setelah barang diterima sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak.

Menurut Kotler (2016: 84) keputusan pembelian merupakan tahap dari proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidak puasan

terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk. Mustafid dan Gunawan (2008:67)

Menurut Scifman dan Kanuk (2008:53) mendefinisikan keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain agar seseorang membuat keputusan maka harus ada pilihan alternatif yang tersedia.

Menurut Kotler (2016:86), niat untuk membeli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Proses pembelian umum terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pada setiap tahap, sikap orang lain, faktor situasional yang tidak diantisipasi, dan resiko anggapan semuanya mempengaruhi keputusan untuk membeli, dan juga tingkat kepuasan produk pasca pembelian konsumen, pemakaian dan penyingkiran, dan tindakan dari pihak perusahaan.

### 2.1.3 Frekuensi Pembelian

Frekuensi merupakan besaran yang mengukur jumlah pengulangan per satuan waktu dari setiap fenomena atau kejadian, artinya jumlah kejadian peristiwa yang diulangi persatuan waktu, sehingga frekuensi dapat diartikan seberapa sering seseorang menggunakan sesuatu. Frekuensi disebut dengan kekerapan atau kejarangan kerapnya, frekuensi yang dimaksud adalah seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periode waktu tertentu.

Frekuensi pembelian artinya berapa kali frekuensi pembelian produk dengan volume tertentu dan kontinyu dalam suatu periode tertentu. Hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan lebih besar daripada imbal hasil berasal dari hubungan jangka pendek. Tujuan dari analisis frekuensi pembelian adalah suatu cara yang digunakan untuk menghitung berapa kali pemesanan yang dilakukan pada tiap periodenya. Menurut penelitian Erni (2015) keinginan untuk membeli lagi *item* pada

*game online* hanya dipengaruhi oleh *character competency value*, *monetary value*, *character identification* serta *purchase intention*.

#### 2.1.4 *Game online*

Menurut Costikyan dan Mulligan (2003:32) *game online* secara umum dimainkan oleh beberapa pemain yang berada di berbagai tempat, pengguna bertukar informasi melalui koneksi internet yang sama dan berbagi dunia *virtual*. Curtis (1992:87) dalam bukunya mendeskripsikan *game online* sebagai dunia *virtual* dengan koneksi internet dan banyak pengguna. Menurut penelitian Ho dan Wu (2012:34), *game online* umumnya dimainkan oleh pengguna di tempat yang berbeda. Mereka berbagi informasi di dunia *virtual* dengan koneksi internet.

Dengan kata lain, *game online* adalah permainan komputer maupun *mobile* dimana pemain melakukan interaksi dengan menggunakan koneksi internet. Selanjutnya, perkembangan teknologi akhirnya menghantarkan *game online* menggunakan jaringan yang lebih luas lagi seperti *www* atau *world wide web* atau yang lebih dikenal dengan internet, sehingga terdapat pemain dalam jumlah yang banyak (*multi-player*) dalam sebuah *game online*. Dalam dekade terakhir, *game online* telah berkembang dengan pesat karena kemajuan komputerisasi dan penetrasi yang luar biasa dari kecepatan internet yang tinggi.

#### 2.1.5 Jenis *Game online*

Berdasarkan gaya permainannya atau *gameplay* menurut Ivan Mulyadi (2012: hal 59-65), *game* bisa dikategorikan menjadi.

##### 1. *Action*

*Game action* merupakan *game* dengan aksi yang cepat dimana *game* ini sering ditandai dengan ketangkasan, *reflex*, dan kecepatan berfikir yang tinggi dari para pemainnya. *Game action* tidak jarang mengandung unsur kekerasan yang menuntut kedewasaan dan kematangan berfikir para pemainnya.

Intinya *game action* adalah *game* yang fokus pada ketangkasan pemain, termasuk koordinasi atau kecepatan antara gerakan mata dan tangan. Jenis *game action* bisa dibagi-bagi lagi menjadi *game* yang bertema pertarungan (*fighting*), tembak-tembakan (*shooting*), dan lain-lain. Semua *game* yang tidak menganut sistem giliran untuk bergerak (*turn-based*) bisa digolongkan ke dalam *game action*. Contohnya *game action* *Into The Dead*, *Call of Duty*, *Mighty Knight 2*.

## 2. RPG (*Role-playing Game*)/MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*)

*Role-playing* artinya bermain peran. Jadi *role-playing game* adalah *game* dimana harus memainkan atau berperan sebagai suatu karakter tertentu. RPG adalah *game* yang sangat fokus pada sisi pengembangan setiap karakter yang ada di *game* tersebut, mulai dari para karakter utama, sampai karakter-karakter pelengkap lainnya yang sering disebut NPC (*Non-Playable Character*). Di dalam RPG pun sering dijumpai level atau misi yang tidak berjalan linier, tetapi berupa beberapa misi atau level yang bisa dijalankan secara paralel. Sedangkan definisi dari MMORPG yaitu setiap RPG yang dimainkan secara *online* dan dimainkan secara bersama-sama atau beramai-ramai dimana setiap pemain bisa saling berinteraksi dengan pemain lain maupun dengan elemen-elemen tertentu dalam *game* tersebut. Salah satu ciri dari *game* MMORPG adalah jenis *game* yang tidak pernah tidur atau berhenti. *Game* ini biasanya disimpan dan dijalankan oleh suatu server yang sangat besar, dan tidak pernah berhenti/mati. Jadi kita tidak sedang bermain, *game* ini secara nyata akan tetap terus berjalan. Contoh RPG dan MMORPG : *Ragnarok*, *World of Warcraft*, *Lineage II: Revolution*, *Dragon Nest*.

## 3. *Simulation*

Ciri khas dari kategori ini adalah *game* yang dasarnya mencoba meniru berbagai proses yang menuju pada tujuan tertentu, atau untuk melihat hasil yang terjadi dari suatu proses. Aktivitas atau proses yang ditiru biasa jadi adalah segala aktivitas yang terjadi di dunia nyata atau bisa juga berupa fiksi. *Game* seringkali di kategori ini bisa dimainkan tanpa akhir dan seperti tidak ada habisnya. Jadi tidak ada skenario “Tamat”

di dalamnya. Menariknya, seiring *game* atau simulasi itu berjalan, kita bisa menambahkan sesuatu atau mengubah sesuatu, lalu melihat bagaimana perkembangan atau kejadian selanjutnya. Pemain bisa memainkannya terus menerus walaupun sepertinya tidak ada lagi tujuan spesifik yang hendak dicapai. Kebanyakan *game* kategori ini menyajikan permainan yang mendekati dunia nyata seperti misalnya proses membangun suatu tanah kosong menjadi suatu kota, atau proses kegiatan sehari-hari di sebuah rumah sakit. Contoh *game simulasi*: *Your Life Simulator*, *The Sims Mobile*, *Train Sim World : CSX Heavy Haul*.

#### 4. *First-person Shooter*

Ciri utama dari kategori ini adalah *game* yang selalu mengambil sudut pandang atau prespektif langsung dari orang pertama (mata si karakter). Semua yang terlihat adalah persis seperti pandangan langsung dari mata si karakter utama. Kebanyakan *game* kategori ini adalah *game* simulasi kendaraan (sudut pandang dari kokpit pesawat atau dari dalam mobil) atau *game* perang tembak-tembakan, sehingga sering muncul istilah *game First-person Shooter*. Contoh *game First-person* : *Bioshock Infinite*, *Titanfall*, *Wolfenstein: The New Order*, *Rules of Survival*, *PUPG mobile*.

#### 5. *Real Time Strategy*

*Game* jenis ini biasanya diperlihatkan suatu tampilan atau situasi, lalu diminta untuk merespons, bergerak, atau mengatur strategi. *Game* akan dihentikan sementara (*pause*) pada waktu tiba giliran kita untuk bermain atau bergerak. Kemudian *game* akan berjalan lagi jika *counter* waktu yang telah ditetapkan habis, ketika sudah bergerak, atau dan pemain dapat mempersilahkan *game* tersebut kembali. Pastinya *game* strategi menuntut pemainnya untuk mempunyai pemikiran taktis dan terkadang harus logis untuk memecahkan masalah. Kategori ini adalah lawan dari kategori *game action* segala sesuatu aksi dan tindakan harus dilakukan secara spontan dan cepat, sedangkan di *game* strategi segala aksi biasanya dilakukan pertahap berdasarkan pemikiran matang dan taktis (sama sekali tidak ada unsur *refleks* dalam *game* strategi).

Kebanyakan *game* strategi hanya menggunakan gerakan atau animasi yang sederhana, tetapi menampilkan banyak informasi berupa teks atau angka. Walaupun demikian, banyak *game* strategi yang mampu menampilkan *interface* atau antar muka yang menarik dan bersifat *user-friendly*, disertai dengan grafis atau gambar-gambar yang memukau. Kemampuan analisa, *planning* dan pengambilan keputusan yang taktis memang diperlukan untuk memainkan *game* jenis ini. Contoh *game strategi*: *Clash Royale*, *Mobile Legends*, *Dota 2*.

#### 2.1.6 *Virtual item*

*Virtual item* merupakan hal yang dibutuhkan untuk mendukung dalam *game online*. Pembelian *virtual item* merupakan niat atau keinginan dari seorang pemain *game online* untuk membeli barang yang khusus digunakan di dunia maya untuk bermain *game online* itu sendiri atau yang disebut *virtual item* Bastian (2015). *Virtual item* atau *virtual goods* didapatkan dengan cara membeli *in game sales* yang terdapat dalam *game* yang dimainkan. *Virtual item* dapat dibeli dengan mata uang yang tersedia di *game* tersebut, mata uang *game* ini didapatkan dengan cara menukarkan uang nyata atau sering disebut *real-money trade* (RMT). *Virtual item* dalam *game online* berupa perlengkapan seperti pakaian untuk karakter *online*, senjata untuk mereka berperang di *game online*, aksesoris, dan hadiah atau *gift* untuk teman-teman mereka Akbar dan Dini (2016:167). Pesatnya pertumbuhan industri *virtual item* pada *game online* mengindikasikan tingginya tingkat transaksi pemain untuk membeli *virtual item*.

#### 2.1.7 Metode Pembelian dan Pembayaran *Virtual Item*

Pengertian pembelian menurut Galloway, Less dan Frank (2000:31). “*The role of purchasing function is to make materials and parts of the right quality, and quantity available for use by operations at the right time and at the right place.*” Bahwa pembelian adalah mengadakan material atau bahan pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu dan tempat yang tepat.

Pada dasarnya manusia melakukan pembelian suatu barang atau mengadakan proses pembelian karena membutuhkan barang atau jasa tersebut. Pembelian merupakan kegiatan utama untuk menjamin kelancaran transaksi penjualan yang terjadi. Adanya pembelian, perusahaan dapat secara mudah menyediakan sumber daya yang diperlukan secara efisien dan efektif.

Itemku.com merupakan situs *market place Gold* dan *Item* terbesar dalam komunitas *game online* di Indonesia. Berdasarkan web <https://itemku.com/>, adapun metode pembelian dalam membeli *virtual item* sebagai berikut.

1. Melakukan pendaftaran dengan mengklik Daftar, atau masuk ke akun dengan mengklik Login
2. Pilih item, gold, atau akun yang ingin dibeli. Lanjutkan proses pembelian dengan mengklik tombol Beli Sekarang
3. Jika ingin berbelanja produk lain, klik Lanjut Belanja. Bisa menambahkan sebanyak-banyaknya produk ke keranjang belanja.
4. Jika sudah selesai, klik Lihat Keranjang Belanja. Atau, bisa mengklik ikon menu keranjang belanja di bagian atas halaman.
5. Di halaman Keranjang Belanja, isilah informasi pesanan di kolom yang sudah disediakan. Data diisi dengan lengkap dan benar untuk kelancaran transaksi.
6. Periksa informasi data diri dan produk yang di pesan, jika sudah klik Pilih Metode Pembayaran.
7. Pilih metode pembayaran yang ingin digunakan dan klik Bayar
8. Setelah itu akan mendapatkan Nomor Pesanan dan Nomor Pembayaran
9. Lakukan pembayaran dengan mengikuti petunjuk yang diberikan
10. Setelah proses konfirmasi selesai, akan mendapatkan pemberitahuan melalui *e-mail* dan SMS. Silakan tunggu sampai penjual mengirimkan pesanan.
11. Setelah penjual mengirimkan pesanan, segera periksa apakah pesanan sudah sesuai, jika sudah sesuai lakukan konfirmasi di itemku dengan mengklik tombol Selesai

- \*) Untuk memudahkan, sistem akan secara otomatis mengirimkan semua informasi ke alamat email yang dimasukkan di informasi pesanan.

Metode pembayaran yang tersedia di dalam itemku.com.

1. Cara melakukan pembayaran itemku melalui *virtual account/bank transfer*.

Proses pembayaran melalui *virtual account* bisa dilakukan melalui ATM atau internet banking. Pilihlah menu Transfer ke *Virtual Account* (istilah bisa berbeda-beda pada setiap bank). Jika memilih metode pembayaran *virtual account*, akan mendapat Nomor pembayaran unik yang jumlah digitnya mencapai 15 hingga 17 buah. Jumlah ini berbeda-beda pada setiap bank.

2. Cara melakukan pembayaran itemku dengan Pulsa

Dapat melakukan pembayaran itemku secara praktis dengan sistem potong pulsa. Berikut adalah cara melakukan pembayaran dengan menggunakan pulsa di itemku.

- a. Pastikan total belanja tidak melebihi Rp.365.000 untuk Telkomsel dan XL serta Rp.337.500 untuk Indosat. Juga pastikan bahwa saldo pulsa mencukupi
- b. Pilih metode pembayaran Pulsa dan pilih opsi XL, Indosat, atau Telkomsel. Metode pembayaran dengan sistem potong pulsa tidak bisa dilakukan dengan operator lain
- c. Klik tombol Bayar dan akan dipindahkan ke halaman baru
- d. Di halaman baru, harus menekan tombol Bayar sekali lagi. Selanjutnya akan muncul jendela berjudul Pembayaran Langsung
- e. Masukkan nomor HP di kolom yang terdapat pada jendela Pembayaran Langsung, lalu klik Lanjut
- f. Setelah itu akan mendapatkan kode rahasia yang harus dikirimkan melalui SMS ke nomor yang sudah ditentukan. Segera kirim SMS tersebut karena kode rahasia hanya berlaku selama 10 menit
- g. Pembayaran akan terdeteksi secara otomatis, pulsa akan terpotong, dan status pesanan pun sudah berubah menjadi dibayar.



3. Cara melakukan pembayaran itemku melalui tunai Indomaret. Pembayaran Melalui Kasir.
  - a. Pilih metode pembayaran "Indomaret". Setelah itu akan mendapatkan kode pembayaran
  - b. Pergi ke Indomaret terdekat dan katakan kepada kasir: "Bayar itemku.com"
  - c. Kasir akan menanyakan nomor telepon. Sebutkan nomor telepon dan kode pembayaran kepada kasir
  - d. Bayar sesuai dengan nominal yang tertera
  - e. Setelah melakukan pembayaran, akan mendapatkan struk sebagai bukti bahwa pembayaran telah selesai.
4. Pembayaran Melalui Mesin i-Kios.
  - a. Pilih metode pembayaran "Indomaret". Setelah itu akan mendapatkan kode pembayaran
  - b. Pergi ke Indomaret terdekat kamu untuk mencari mesin i-Kios
  - c. Klik Payment Point dan cari "itemku"
  - d. Masukkan nomor telepon dan kode pembayaran
  - e. Setelah itu akan mendapatkan struk. Berikan struk tersebut kepada kasir untuk melakukan pembayaran
  - f. Bayar sesuai dengan nominal yang tertera.
5. Cara melakukan pembayaran itemku melalui Alfamart, Kantor Pos, atau Pegadaian.
  - a. Pada saat menentukan metode pembayaran, pastikan memilih Alfamart, Kantor Pos, atau Pegadaian.
  - b. Klik Bayar dan dapatkan Nomor Pembayaran yang diawali dengan "021" dan berjumlah 13 digit
  - c. Catat kode tersebut dan pergi ke gerai terdekat
  - d. Datangi kasir/resepsionis di masing-masing gerai, lalu beritahu bahwa akan melakukan "Pembayaran jasa Telkom" atau "Pembayaran telepon"

- e. Setelah itu akan dimintai kode pembayaran. Berikan catatan yang sudah dibuat atau bacakan kode tersebut
- f. Bayar sesuai biaya yang ditagihkan. Setelah melakukan pembayaran, kasir akan memberikan struk. Simpan struk tersebut
- g. Pembayaran akan langsung dideteksi secara otomatis, dan status pesanan sudah berubah menjadi Dibayar

#### 6. Cara untuk menggabungkan pembayaran dengan Dompetku

Jika ingin membeli lebih dari satu produk dari penjual yang berbeda, bisa menggunakan metode pembayaran Dompetku. Dengan demikian, tidak perlu melakukan transfer berulang kali. Untuk melakukan isi ulang Dompetku, dapat mengikuti langkah-langkah berikut ini.

- a. Login ke itemku
- b. Pilih menu Pembelian
- c. Pilih menu Dompetku
- d. Klik tombol Isi Ulang
- e. Pilih metode pembayaran dan nominal isi ulang yang diinginkan
- f. Klik bayar dan ikuti petunjuk pembayaran yang ada
- g. Setelah itu akan mendapatkan pemberitahuan dari itemku.com jika pembayaran sudah berhasil dikonfirmasi. Periksa kembali Dompetku untuk memastikan dana sudah masuk.

#### 2.1.8 Karakteristik Biografis

Menurut Sentanoe Kertonegoro (2001:21), sifat-sifat biografis adalah sifat-sifat pribadi seperti : umur, jenis kelamin, dan status perkawinan yang objektif dan mudah diperoleh dari arsip atau catatan personil. Biografis berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia berasal dari kata biografi yang artinya riwayat hidup (seseorang) yang ditulis oleh orang lain. Menurut Robbin dan Judge (2015:28) karakteristik biografis (*biographical characteristic*) seperti umur, jenis kelamin, ras dan lama bekerja yang

bersifat objektif dan mudah diperoleh dari catatan personel. Karakteristik biografis adalah karakteristik perseorangan seperti.

#### 1. Jenis Kelamin (*Gender*)

Menurut Robbins dan Judge (2015:29) tidak ada perbedaan pria dengan wanita yang konsisten dalam kemampuan memecahkan masalah, keahlian analitis, dorongan kompetitif, motivasi, kemampuan bersosialisasi, atau kemampuan belajar. Dalam hal ini tidak ada perbedaan kemampuan dalam bermain *game online*. Ada perempuan yang menyukai *game online* dan prestasi bermainnya lebih profesional dibandingkan laki-laki. Berdasarkan hal tersebut di Indonesia banyak pemain *game online* perempuan cara bermainnya tidak ada perbedaan dalam bermain *game* dibanding laki-laki.

#### 2. Usia

Usia adalah waktu sejak dilahirkan sampai sekarang yang dinyatakan dengan tahun. Menurut Robbins dan Judge (2015:218) banyak yang percaya bahwa produktivitas menurun sejalan dengan usia. Sering diasumsikan bahwa keahlian seperti kecepatan, ketangkasan, kekuatan, dan koordinasi melemah sepanjang waktu dan kebosanan serta kurangnya stimulasi intelektual berkontribusi terhadap penurunan produktivitas. Meskipun demikian, bukti melawan asumsi itu. Tinjauan atas riset menemukan bahwa usia dan profesionalitas yang dilakukan tidak berhubungan dalam bermain *game online*. Dalam *game online* tidak ada batasan usia minimal untuk bermain selama pemain *game* dapat mengerti dan mampu melakukan permainan yang disediakan oleh *game online* yang telah dimiliki.

#### 3. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu status yang di miliki oleh seseorang, yang memengaruhi pengambilan keputusan. Pendidikan akan memengaruhi cara berfikir seseorang dalam menyikapi suatu masalah. Menurut Ihsan (2005:1) makna pendidikan dalam pengertian yang sederhana dan umum adalah usaha manusia untuk menumbuhkan serta mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani

maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat dan kebudayaan.

Rondonuwu (2013:12) mengartikan pendidikan sebagai proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang yang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan secara tidak langsung memengaruhi setiap konsumen dalam mengambil keputusan, konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang berbeda mengenai penilaian terhadap suatu produk dibandingkan dengan konsumen berpendidikan lebih rendah. Dalam hal ini pendidikan untuk menunjukkan dalam pengambilan keputusan dalam membeli *virtual item*.

#### 4. Lama bermain *game online*

Tinjauan ekstensif telah dilakukan terhadap hubungan senioritas profesionalitas. Jika mengartikan *senioritas* sebagian waktu dalam suatu hal tertentu, bukti terkini menunjukkan sebuah hubungan yang positif antara senioritas dan profesionalitas. Jadi, maksud dari lamanya terlibat dunia *virtual* dinyatakan sebagai pengalaman pernah membeli *virtual item* dan lama bermain dilihat sebagai indikator yang baik pada profesional dalam bermain.

Masa bermain yang lebih lama menunjukkan pengalaman yang lebih seseorang dibandingkan dengan pemain lainnya, sehingga sering masa pengalaman bermain menjadi pertimbangan dalam pembelian *virtual item*. Dalam dunia *game*, pengalaman dan tingkat lama keterlibatan dalam dunia *virtual* dapat memengaruhi keahlian dalam bermain, khususnya *game online*. Pemain *game online* yang sudah bermain dalam waktu yang lama lebih memiliki pengalaman dan biasanya lebih profesional dalam menyelesaikan permainan yang dimainkan.

#### 5. Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang

diterima oleh perseorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba Marbun (2003:91). Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Menurut Reksoprayitno (2004:79) mendefinisikan pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Soekarwati menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang akan dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian.

## 6. Pengeluaran

Teori konsumsi dari Dumairy (1997:45) beranggapan bahwa jumlah konsumsi/pengeluaran seseorang bergantung dari pendapatan permanent seseorang tersebut. Friedman juga membagi pengeluaran konsumsi menjadi 2 yaitu.

1. Pengeluaran konsumsi permanen (konsumsi yang direncanakan)
2. Pengeluaran konsumsi sementara (konsumsi yang tidak direncanakan)

Pendapatan bertambah jika konsumsi akan bertambah, dengan proporsi tertentu. Untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi, dengan mengurangi besarnya tabungan. Jika pendapatan berkurang, konsumen akan mengurangi pengeluaran konsumsinya, dengan proporsi penurunan yang lebih rendah dibandingkan proporsi kenaikan pengeluaran konsumsi jika penghasilan naik Guritno dan Algifari (1998:71). Kondisi ini terjadi sampai tingkat pendapatan tertinggi yang telah kita capai akan tercapai kembali. Bertambahnya pendapatan menyebabkan bertambahnya pengeluaran untuk konsumsi, sedangkan pertambahan tabungan tidak terlalu besar Soediyono (2000 :14).

## 2.2 Kajian Empiris

Dalam penelitian Mahendra dan Ardiani (2015) bertujuan untuk mengetahui pengaruh umur, pendidikan serta pendapatan terhadap niat beli konsumen. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan metode purposif sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan umur, pendidikan serta pendapatan berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Dalam penelitian Bastian (2015) yang merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya dan diambil sebanyak 125 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang pernah memainkan *game online* “DOTA II”. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hipotesis diuji dengan uji t dan uji F. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kompetensi karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* “DOTA II”. Variabel-variabel kompetensi karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* mampu menjelaskan variabel minat beli sebesar 43,8% dan sisanya sebesar 46,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Menurut Kurniawal (2014) dalam penelitian yang bertujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa motif pemain dan proses pembelian *virtual goods* pada permainan *game online*. Penelitian menyatakan bahwa *player game online* memiliki berbagai pertimbangan dalam pembelian *virtual goods* seperti harga yang terjangkau, cara pembelian yang mudah, *durability*, dan barang yang lebih hemat dalam pemakaian. *Player* yang membeli *virtual goods* merupakan data statistik deskriptif yang nantinya berupa angka-angka yang di analisis menggunakan tabel distribusi frekuensi, rata-rata dan persentase. Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, pemain *game online* memiliki motif yang tinggi pada saat melakukan pembelian *virtual goods*. Semakin tingginya pengalaman seorang *player* dalam

bermain *game online*, maka dapat diartikan semakin banyak pula pembelian *virtual goods* yang telah dilakukan player tersebut. Mereka mengetahui bahwa karakter dalam permainan *game online* memiliki kemampuan yang kurang, sehingga mereka melakukan pembelian guna meningkatkan status karakter mereka dalam permainan *game online*. Pemain *game online* juga melewati berbagai proses pembelian seperti, pengenalan kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, dan mengalami disonansi kognitif setelah melakukan pembelian *virtual goods*.

Dalam penelitian Erni (2015) yang dilakukan guna mengetahui nilai dari membeli barang pada *game online* serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi pembelian barang-barang pada *game* oleh pemainnya. Penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan para pemain tertarik untuk membeli penelitian items. Dengan menggunakan teori *comsuption* nilai oleh Sheth, Newman, dan Gross. Ada empat variabel analisis seperti kenikmatan nilai, nilai kompetensi karakter, nilai otoritas visual, nilai moneter, identifikasi karakter hasil dan pembelian *intention*. Dengan menunjukkan bahwa ada empat variabel yang menyebabkan para pemain membeli alat-alat *game online*, mereka nilai karakter kompetensi, nilai moneter, identifikasi karakter dan niat pembelian. Kesimpulannya banyak diantara para pemain yang terbiasa untuk melakukan pembelian barang-barang pada *game online*, dapat menghasilkan kesimpulan ada empat variabel yang menyebabkan para pemain membeli alat-alat *game online*, mereka nilai karakter kompetensi, nilai moneter, identifikasi karakter dan niat pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yulius (2015) yang bertujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam pembelian item *virtual* pada *game online*. Metode pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan alat ukur berupa skala *Likert*. Jumlah subjek penelitian ini adalah 300 pengguna *game online* di Indonesia. Sampel penelitian dianalisis menggunakan *structural equation modeling* (SEM) guna mengidentifikasi faktor-faktor perilaku pengguna dalam pembelian item *virtual* pada

*game online*. Menyimpulkan bahwa *playfulness* dan kepercayaan pengguna *game online* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *item virtual* yang ditawarkan. Sementara itu, kepuasan pengguna, kualitas fungsional, dan utilitas harga ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pengguna *game*. Jadi, faktor yang mempengaruhi minat beli item pada pengguna *game online* adalah *playfulness* dan kepercayaan terhadap penyedia layanan.

Pada penelitian Akbar dan Dini (2016) yang berjenis penelitian deskriptif. Cara menarik sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dan jenis metode yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *purposive sample*, dengan mengambil 384 responden yang pernah membeli barang *virtual*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara. Adapun teknik wawancara pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *in-depth interview*. Wawancara dilakukan oleh dua responden yang pernah membeli *virtual goods*. Metode analisis penelitian ini adalah statistik deskriptif yang berupa angka-angka yang dianalisis menggunakan tabel distribusi frekuensi, rata-rata, dan persentase. Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, pemain *game online* memiliki dorongan yang tinggi pada saat melakukan pembelian *virtual goods*. Mereka mengetahui bahwa karakter dalam permainan *game online* memiliki bentuk/*style* yang kurang sesuai dengan keinginan mereka, sehingga mereka melakukan pembelian guna meningkatkan status karakter mereka dalam permainan *game online*. Pemain *game online* juga melewati berbagai proses pembelian seperti, pengenalan kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, dan mengalami disonansi kognitif setelah melakukan pembelian *virtual goods*. Pemain *game online* memiliki dorongan yang tinggi pada saat melakukan pembelian *virtual goods*. Mereka mengetahui bahwa karakter dalam permainan *game online* memiliki bentuk/*style* yang kurang sesuai dengan keinginan mereka, sehingga mereka melakukan pembelian guna meningkatkan status karakter mereka dalam permainan *game online*. Pemain *game online* juga melewati berbagai proses pembelian seperti, pengenalan kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, dan mengalami disonansi kognitif setelah melakukan pembelian *virtual goods*.



Aditya (2017) telah melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh estetika karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* terhadap intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* "DOTA 2". Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya dan diambil sebanyak 125 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang pernah memainkan *game online* "DOTA 2". Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hipotesis diuji dengan uji t dan uji F. Hasil pengujian menunjukkan bahwa estetika karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* "DOTA 2". Variabel-variabel estetika karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* mampu menjelaskan variabel minat beli sebesar 43,8% dan sisanya sebesar 56,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Ringkasan penelitian terdahulu ditampilkan dalam Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Ringkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Mahendra <i>et al.</i> Ardiani (2015)	Usia (X1) Pendidikan, Pendapatan, Niat Membeli Produk (Y)	Regresi linier berganda	Usia, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli produk.

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
2.	Bastian <i>et al.</i> (2015)	Intensi Pembelian <i>Virtual item</i> (Y), Kompetensi Karakter (X1), Nilai <i>Virtual item</i> (X2), Kepuasan <i>Game</i> (X3)	Analisis Deskriptif Uji Regresi Linier Berganda	Kompetensi karakter, nilai <i>virtual item</i> dan kepuasan <i>game</i> berpengaruh positif terhadap intensi pembelian <i>virtual item</i> dalam <i>game online</i> “DOTA II”.
3.	Kurniawal <i>et al.</i> (2014)	Motif Pembelian, Proses Pembelian <i>Virtual item</i> ,	Metode Analisis Statistik Deskriptive	Semakin tingginya pengalaman seorang player dalam bermain <i>game online</i> , maka dapat diartikan semakin banyak pula pembelian <i>virtual goods</i> yang telah dilakukan player tersebut.
4.	Erni <i>et al.</i> (2015)	a. Konstruk Eksogen (X). b. Konstruk Endogen (Y).	<i>Analysis of Moment Structure (AMOS)</i>	Ada empat variabel yang menyebabkan para pemain membeli alat-alat <i>game online</i> , mereka nilai karakter kompetensi, nilai moneter, identifikasi karakter dan niat pembelian.

Dilanjutkan

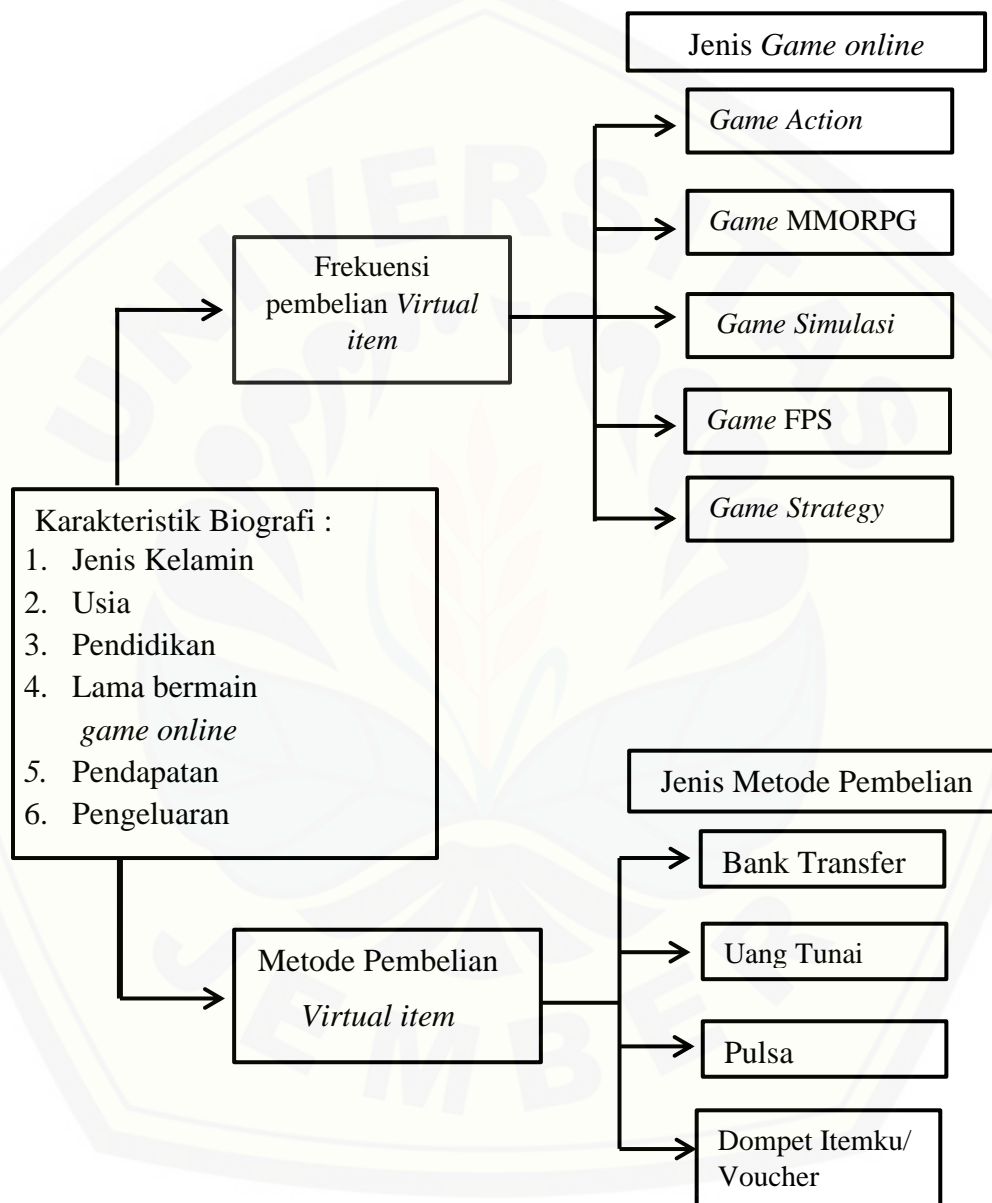
Lanjutan Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
5.	Yulius <i>et al.</i> (2015)	Faktor-faktor perilaku pengguna(X) dalam pembelian <i>item virtual</i> pada <i>game online</i> (Y)	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Faktor yang mempengaruhi minat beli item pada pengguna <i>game online</i> adalah <i>playfulness</i> dan kepercayaan terhadap penyedia layanan.
6.	Akbar dan Dini <i>et al.</i> (2016)	Kepuasan, Pengenalan karakter didalam <i>game</i> , nilai harga, nilai kualitas, nilai kenikmatan bermain, nilai estetika, nilai ekspresi sosial, nilai hubungan sosial.	Statistik Deskriptif.	Pemain <i>game online</i> memiliki dorongan yang tinggi pada saat melakukan pembelian <i>virtual goods</i> .
7.	Aditya <i>et al.</i> (2017)	Estetika karakter, nilai <i>virtual item</i> dan kepuasan <i>game</i> , Intensi pembelian <i>virtual item</i> .	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa estetika karakter, nilai <i>virtual item</i> dan kepuasan <i>game</i> baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian <i>virtual item</i> dalam <i>game online</i> "DOTA 2"

Sumber : diolah (2018)

### 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan studi empiris yang ada, maka dapat dirumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual dapat dideskripsikan dengan menggambarkan alur pemikiran dari penelitian ini. Kerangka konseptual di atas menjelaskan peneliti ingin menganalisis perbedaan frekuensi *virtual item* berdasarkan karakteristik biografi, perbedaan jenis *game online* berdasarkan karakteristik, dan perbedaan metode pembelian *virtual item* berdasarkan karakteristik biografi. Peneliti akan menganalisis perbedaan setiap kategori karakteristik biografi yaitu jenis kelamin (*gender*), usia, pendidikan, lama bermain *game online* yang ada dengan frekuensi pembelian, jenis *game online*, serta metode pembelian dalam melakukan pembelian *virtual item* yang dilakukan oleh pemain *game online* sebagai responden dalam penelitian ini

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rancangan kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid yang sesuai dengan tujuan penelitian Arikunto (2006:12). Rancangan penelitian memberikan informasi mengenai garis besar penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan merupakan suatu bentuk rencana kegiatan yang berfungsi untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Setiap metode penelitian yang digunakan dalam penelitian memiliki desain atau rancangan. Rancangan digunakan sebagai pedoman yang dapat ditempuh oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Sebuah rancangan penelitian meliputi proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian *deskripsi kualitatif*. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variable yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

Menurut Sukmadinata (2011:73), penelitian deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah atau rekayasa manusia. Penelitian deskriptif dilakukan dengan memusatkan perhatian kepada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan hubungan antar berbagai variabel.

Penelitian ini merupakan studi tentang perilaku konsumen secara spesifik tentang pembelian *virtual item*, pemilihan metode pembelian *virtual item* berbagai jenis *game online* berdasarkan karakteristik biografis. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan penelitian kualitatif berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan *additional data* melalui wawancara. Penelitian ini berusaha menggambarkan frekuensi dan metode pembelian *virtual item* berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, lama terlibat dunia *virtual* (bermain *game online*).

### **3.2 Informan atau Objek Penelitian**

Menurut Moleong (2006:132) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Selain itu Andi (2010:147) dalam buku Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa, “Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan penelitian utama (*key informan*). Informan penelitian utama (*key informan*) adalah orang yang paling tahu banyak informasi mengenai objek yang sedang diteliti atau data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Selain itu, penelitian ini menggunakan *non probability sampling* atau pemilihan non random berupa *purposive sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan cara menyebar kuesioner *online*, peneliti memberikan syarat terhadap informan yang diambil. Ada tiga syarat yang ditetapkan peneliti.

1. Bersedia untuk mengisi kuesioner *online*.
2. Pernah melakukan pembelian dengan metode pembayaran yang tersedia dalam pembelian *virtual item*
3. Memahami jenis *game online* yang telah dimainkan.

Dalam penelitian bersifat deskriptif ini dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dalam penelitian karena banyaknya pemain *game online* sehingga peneliti memfokuskan hanya kepada pemain *game online* yang pernah melakukan pembelian *virtual item* sebagai responden. Informan yang dalam jumlah populasi tidak derhitung jumlahnya, sehingga peneliti menentukan jumlah sampel diambil dari 1000 pemain *game online* berdasarkan rumus sampel menurut Slovin (1960:65) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = N / (1 + N \times e^2)$$

Keterangan :

n = jumlah minimal sampel

N = populasi

e = error margin

Sehingga :

$$n = 1000 / (1 + (1000 \times 0,05^2))$$

$$n = 1000 / (1 + (1000 \times 0,0025))$$

$$n = 1000 / (1 + 2,5)$$

$$n = 1000 / 3,5$$

$$n = 285,7143 \text{ dibulatkan } 286$$

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dijadikan angka dari hasil penelitian terhadap responden. Sumber data penelitian ini



terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan dilakukan penelitian, data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, seperti karakteristik biografis, frekuensi pembelian *virtual item*, metode pembelian, serta jenis *game online* yang dipilih responden. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang sudah diolah, misalnya dokumen, *literature*, buku, laporan, serta bacaan lain yang mendukung penelitian ini, seperti jenis *game online*, *virtual item*, karakteristik biografi.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti menggunakan dua metode dalam pengumpulan data penelitian sebagai *input* analisis data, yaitu metode kuesioner dan wawancara yang secara terperinci dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.4.1 Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dan selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan sesuai dengan pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner merupakan *input* yang kemudian diolah dengan alat analisis yang telah ditentukan, sehingga dihasilkan *output* berupa informasi mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian. Jumlah kuesioner yang disebarkan peneliti kepada responden yang telah memenuhi kriteria persyaratan sampel adalah 286 kuesioner. Menggunakan kuesioner secara *online* yang dipublikasikan kepada pemain *game online* melalui situs web, *facebook* maupun grup khusus untuk pemain *game online*. Penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2018, dengan responden yang telah membeli *virtual item* pada tiga bulan sebelum penelitian yaitu bulan September, Oktober, November.

### 3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung kepada responden kepada responden dengan mengajukan pertanyaan yang terstruktur dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti melakukan wawancara sebagai informasi tambahan (*additional data*) sebagai penguat dan pelengkap keakuratan data penelitian.

## 3.5 Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian dikategorikan sebagai berikut :

X1 = Karakteristik Biografi

Merupakan ciri khusus yang ada didalam responden yang meliputi.

- a. Jenis Kelamin / *Gender*
- b. Usia
- c. Pendidikan
- d. Lama terlibat
- e. Pendapatan
- f. Pengeluaran untuk membeli *virtual item*

X2 = Frekuensi pembelian *Virtual item*

Merupakan berapa kali responden melakukan pembelian *virtual item* selama tiga bulan terakhir dengan range : (1-4), (5-8), dan lebih dari 8 kali.

X3= Jenis *Game online*

Dengan sampel jenis-jenis *game online* yaitu, *Game Action*, *MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game)*, *Simulation*, *FPS (First Person Shooter)*, *Real-Time Strategy*

X3 = Metode Pembelian *Virtual item*

Dengan sampel metode pembelian yaitu, Bank Transfer, Uang Tunai, Pulsa, Dompetku.

### 3.6 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Ferdinand (2014:202), setelah hipotesis dikembangkan, model penelitian dibangun, variabel indikator diuji dan ditentukan, maka langkah berikutnya adalah menyiapkan instrument pengumpul data, khususnya alat pengukur data dan ukuran yang digunakan pada pengukur data tersebut, atau yang disebut *scale & measurement*, sehingga atas dasar itu instrument pengumpulan data yang sesuai dapat dikembangkan.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Variabel

No	Jenis Variabel dan Subvariabel	Definisi	Skala Pengukuran
1.	Karakteristik Biografis	Karakteristik perseorangan - seperti gender, usia, pendidikan, pendapatan yang melekat dalam pribadi seseorang.	
	1.1 Jenis Kelamin	Perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara biologis sejak seseorang lahir	Nominal
	1.2 Usia	Perhitungan usia yang dimulai dari saat kelahiran seseorang sampai dengan waktu penghitungan usia	Rasio
	1.3 Pendidikan	Status pendidikan yang saat ini ditempuh	Ordinal
	1.4 Lama terlibat dalam dunia <i>virtual</i>	Perhitungan waktu untuk pemain mulai membeli <i>virtual item</i> dalam bermain <i>game online</i> sampai saat ini	Rasio
	1.5 Pendapatan	Pendapatan yang diperoleh selama satu bulan	Rasio
	1.6 Pengeluaran	Pengeluaran untuk membeli <i>virtual item</i> selama 3 bulan terakhir	Rasio

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 3.1 Skala Pengukuran Variabel

No	Jenis Variabel dan Subvariabel	Definisi	Skala Pengukuran
2.	Frekuensi Pembelian <i>virtual item</i>	Melakukan pembelian dengan jumlah tertentu atau berapa kali responden melakukan pembelian <i>virtual item</i> dalam periode 3 bulan terakhir dalam <i>game online</i>	Rasio/Interval/Ordinal
3.	Metode Pembelian dan Pembayaran <i>Virtual item</i>	Merupakan cara yang dipilih konsumen/ responden untuk mendapatkan <i>virtual item</i> yang dibutuhkan dari <i>game developer</i> maupun <i>e-commerce</i> .	Nominal

Sumber: data diolah

### 3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:88) analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari lapangan terkait fokus permasalahan, tehnik analisa data dilakukan melalui empat tahap yaitu reduksi data, menampilkan data, verifikasi data, dan kesimpulan.

#### 3.7.1 Analisis Deskripsi Statistik

Analisis deskripsi adalah suatu cara yang digunakan untuk memberikan gambaran data yang telah dikumpulkan dengan menata data tersebut secara terstruktur, sehingga data yang telah terkumpul dapat dengan mudah dipahami karakteristiknya. Analisis data juga memiliki fungsi penataan data yang berguna untuk keperluan selanjutnya. Bagian utama analisis deskriptif adalah penyajian data yang merupakan langkah-langkah mengkonversikan data untuk memperjelas permasalahan. Konversi data dapat dilakukan dengan cara menyajikan dalam bentuk tabel atau daftar, divisualisasikan dalam diagram atau grafik statistik.

Analisis deskripsi statistik menggambarkan hasil perhitungan secara jelas mengenai kondisi di dalam objek. Persentase yang digunakan untuk mengetahui secara tepat skor jawaban responden digunakan rumus berikut Rachman, Maman dan Muhsin (2004:36).

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan rumus analisis deskriptif.

- % : Persentase nilai yang diperoleh  
n : Jumlah skor yang diperoleh  
N : Skor ideal atau jumlah total nilai responden.

### 3.7.2 Metode Analisis *Crosstabs* dan Perhitungan Statistik *Chi-Square*

Analisis tabulasi silang *Crosstabs* (tabel silang) adalah metode analisis yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan maupun perbedaan antar variabel. Untuk itu ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam menyusun tabel silang agar hubungan atau perbedaan antara variabel tampak dengan jelas. Untuk itu maka dalam analisis *crosstabs* digunakan analisis statistik yaitu Chi Kuadrat (*Chi-Square*). Menurut Syahri (2003:79) *crosstabs* berguna untuk menampilkan tabulasi silang yang menunjukkan suatu distribusi bersama, deskripsi statistik bivariat dan pengujian terhadap 2 variabel atau lebih, terutama sekali variabel dalam bentuk kategori. *Crosstabs* pada SPSS bisa menampilkan kaitan antara dua atau lebih variabel, atau sampai dengan menghitung apakah ada hubungan atau perbedaan antara baris (sebuah variabel) dengan kolom (sebuah variabel yang lain). Ciri penggunaan *crosstabs* adalah dua input yang berskala nominal atau ordinal.

Metode analisis ini digunakan untuk menguji korelasi antara variabel dalam tabel silang sehingga diketahui apakah proporsi dari dua peubah terjadi karena kebutuhan

atau karena adanya asosiasi. Test ini cukup sederhana dan mudah dihitung dari hasil tabel silang. Analisis Tabel Silang, peneliti menggunakan distribusi frekuensi pada sel-sel dalam tabel sebagai dasar untuk menyimpulkan perbedaan antara variabel-variabel penelitian sehingga demikian dapat dengan mudah melihat keterkaitan perbedaan antara dua variabel di atas dapat disimpulkan bahwa analisis *crosstabs* merupakan suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk melihat keterkaitan/hubungan maupun perbedaan antara dua variabel dengan menggunakan analisis *Chi-Square*. Dalam hal ini peneliti akan membedakan antar variabel yang telah di input ke dalam spss.

*Chi-Square* merupakan alat statistik yang mana dalam angka itu akan diketahui adanya perbedaan atau tidak ada perbedaan, bagaimana perbedaan antara dua variabel maka digunakan koefisien kontigensi. Atas dasar inilah yang kemudian dinilai bahwa analisis Uji *Chi-Square* untuk mengamati ada tidaknya perbedaan antara dua variabel (baris dan kolom) dalam penelitian ini antara variabel satu dengan variabel yang telah dipasangkan.

Dasar pengambilan keputusan dalam analisis *crosstabs* menggunakan *Chi-Square* berdasarkan probabilitas (signifikansi) :

- a. Jika probabilitas  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

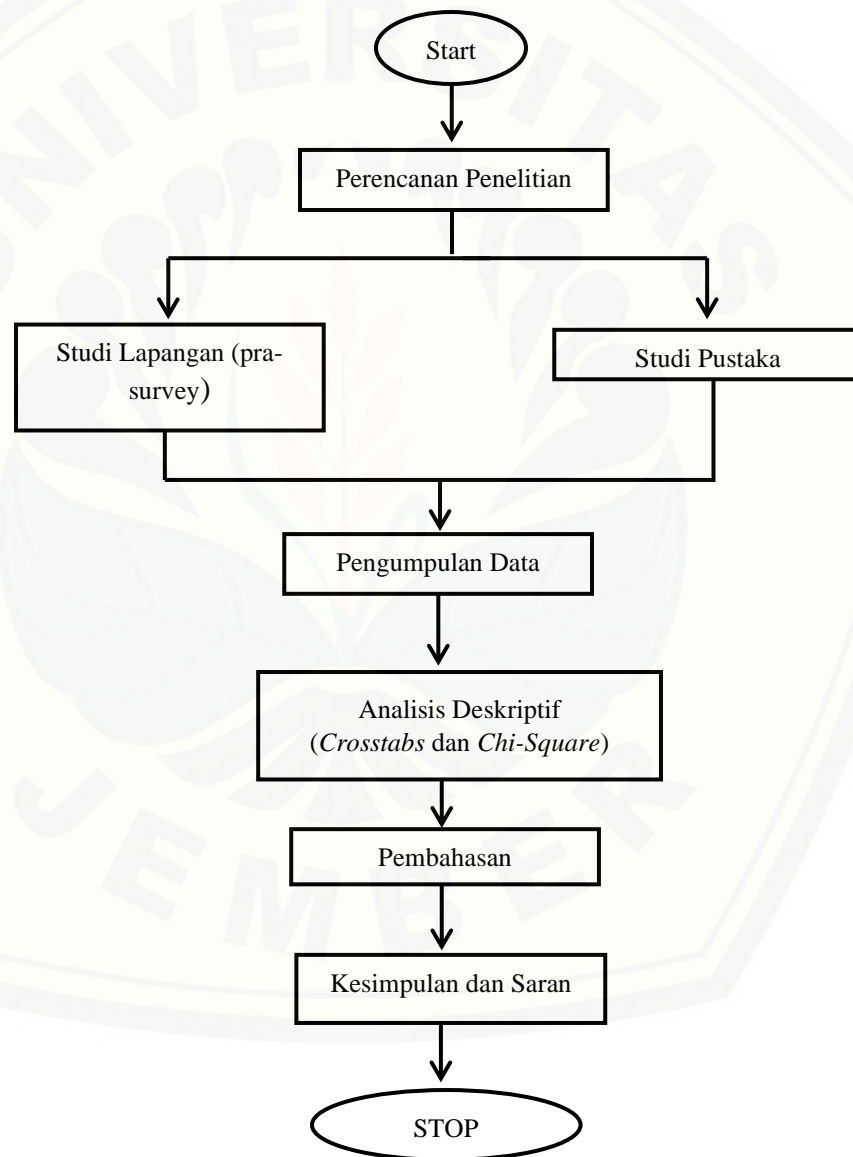
Maka kesimpulannya: Tidak ada perbedaan antara dua variabel (baris dan kolom) yang sedang diuji

- b. Jika probabilitas  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima.

Maka kesimpulannya: Ada perbedaan antara dua variabel (baris dan kolom) yang sedang diuji.

### 3.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian prosedur dan langkah-langkah dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur secara sistematis, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

- a. *Start*, yaitu tahapan persiapan materi untuk mencari data.
- b. Perencanaan penelitian, bertujuan untuk merencanakan apa saja yang diperlukan untuk penelitian dan proses berjalannya penelitian.
- c. Studi lapangan, pada tahap ini peneliti melakukan pra survey kepada 30 responden sebagai contoh sampel untuk melihat fenomena yang sedang terjadi dilapangan.
- d. Studi Pustaka, sebagai dasar untuk memperoleh referensi yang baik agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Studi pustaka berisikan teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
- e. Pengumpulan data, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian.
- f. Analisis Deskriptif *Crosstabs* dan *Chi-Square* yaitu tahap penggambaran dan pengujian penelitian berdasarkan analisis deskriptif. Hasil Uji menggunakan *Chi-Square* pada tahap ini dilakukan uji signifikansi untuk menguji adanya perbedaan atau tidaknya adanya perbedaan antar variabel yang diuji.
- g. Pembahasan, melakukan pembahasan.
- h. Kesimpulan dan saran, menarik suatu kesimpulan dan analisis tersebut dan memberikan saran sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan.
- i. *Stop*, penyelesaian atau berakhirnya penelitian dengan pemberian hasil penelitian



## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan analisis *crosstabs* dan *Chi-Square*, ada beberapa perbedaan dari frekuensi pembelian berdasarkan karakteristik biografi, jenis *game online* berdasarkan karakteristik biografi serta metode pembelian dan pembayaran berdasarkan karakteristik biografi pada pemain *game online* di Indonesia, dimana karakteristik biografi dibagi menjadi enam kategori yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, lama bermain, pendapatan dan pengeluaran, maka dapat diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut.

- a. Frekuensi pembelian berdasarkan karakteristik biografi terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal jenis kelamin, usia, pendidikan, lama bermain, pendapatan serta pengeluaran.
- b. Jenis *game online* berdasarkan karakteristik biografi terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal jenis kelamin, pendapatan serta pengeluaran. Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hal usia, pendidikan dan lama bermain.
- c. Metode pembelian dan pembayaran berdasarkan karakteristik biografi, jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan. Tidak terdapat perbedaan lama bermain serta pengeluaran.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada pihak *game developer*, *e-commerce* penyedia *virtual item* dan saran kepada peneliti selanjutnya.

- a. *Game Developer* dan *e-commerce* penyedia *virtual item* diharapkan mampu mengembangkan kualitas jenis *game action*, *game simulasi*, *game RPG/MMORPG* dan *game strategy* sehingga tidak hanya jenis *game online FPS* agar lebih menarik yang diminati oleh konsumen/pemain *game online*,

lebih memberikan *reward* kepada pemain *game* yang telah membeli *virtual item* berulang kali, dan lebih fokus terhadap metode pembelian dan pembayaran yang kurang diminati oleh pemain *game*/konsumen.

- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian deskriptif ini menjadi lebih spesifik kepada pemain *game online*. Misalnya melakukan penelitian motif pemain *game* membeli *virtual item* pada *game online* tertentu, dan dengan menggunakan variabel yang berbeda dari penelitian ini. Peneliti diharapkan dapat melakukan penelitian survei untuk mengukur kepuasan pemain *game online* dalam membeli *virtual item* dengan metode pembelian dan pembayaran yang digunakan.

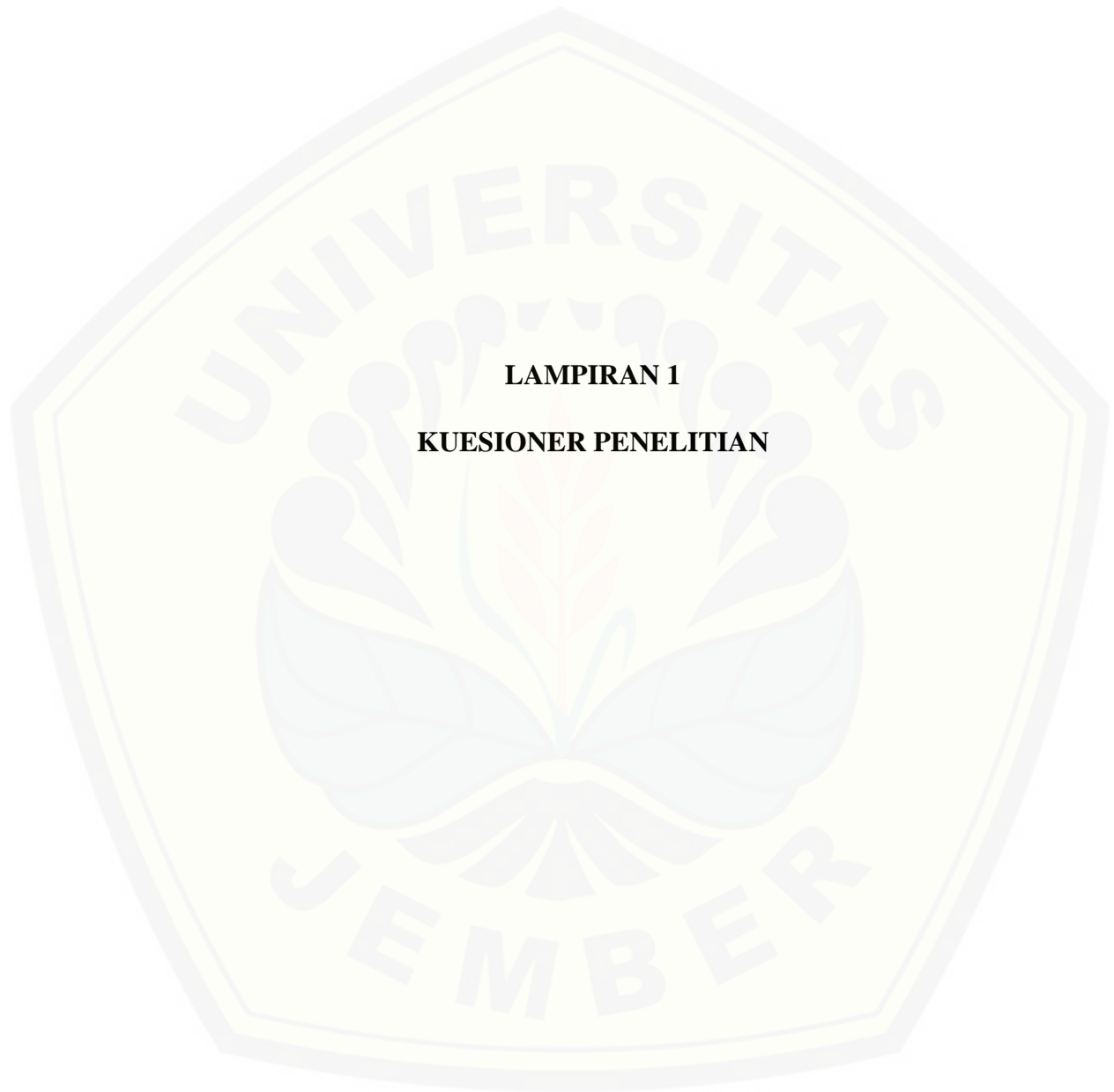
**DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya. 2017. Pengaruh Estetika Karakter, Nilai *Virtual Item* dan Kepuasan *Game* terhadap Intensi Pembelian *Virtual item* Dalam *Game online* "DOTA 2". Tidak dipublikasikan. Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Akbar N dan Dini T .2016. Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang *Virtual* Pada *Game online* MOBA. *e-Proceeding of Managment:Vol 3, No.1*. Universitas Telkom.
- Ardita S, Pramono B, dan Akbar. 2012. Konsep Diri Pemain *Game online*: Studi Fenomologi tentang Konstruksi Konsep Diri Perempuan Pecandu *Online* di Jakarta. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol.1., No.1. Hal 12*.
- Arikunto Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bastian. 2015. "Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai *Virtual item*, dan Kepuasan *Game* Terhadap Intensi Pembelian *Virtual item* Dalam *Game online* "DOTA II". Tidak dipublikasikan. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Yogyakarta.
- Costikyan G. and Mulligan J. 2003. "*Making the base: Business model for online game.*." Retrieved from [www.costik.com/presentations/makecase.ppt](http://www.costik.com/presentations/makecase.ppt)
- Curtis P. 1992. *Mudding: Social phenomena in text-based virtual realities, Proceedings of Directions and Implications of Advanced Computing*. Berkeley. CA.
- Erni D. 2015. Niat Pembelian Barang Pada *Game online* Melalui Teori Nilai Konsumsi Dengan AMOS 21. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri* Vol.XI, No.1
- Galloway Less., Frank Rowbotham and Masoud Azhashemi. 2000. *Operation Management in Context*. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Hasdy D. 2015. Identifikasi Faktor-faktor Sosial Anak Pemain *Game (Gamer)*(Kasus Anak yang Tinggal di Perumahan BTP, Kota Makassar). Retrieved from <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/15622>
- Ho Cheng-Hsun dan Wu, Ting-Yun. 2012. Factors Affecting Intent to Purchase *Virtual Goods* in *Online Games*. *International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 10, No. 3, pp. 204-212.

- Ihsan Fuad. 2005. *Dasar-dasar Kependidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ivan Mulyadi. 2012. *Gaming Your Market: Cara Seru Menggairahkan Pasar!*. Jakarta: Publishing One.
- Jones, S. 2003. *Let the games begin: gaming technology and entertainment among college students*. Washington: Pew Internet & American Life Project.
- Kaburuan, Chien-Hsu Chen, Tay-Sheng Jeng. 2011. Identifying Users' Behavior on Purchasing *Virtual items*. *Journal Research World. Educational Research Multimedia & Publications. Vol.1. Issue.2. Hal 17*.
- Kominfo, K. K. dan I. 2014. *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih*. Jakarta.
- Kominfo. 2014. Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet. <http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834> [ 7 Oktober 2018]
- Kotler P and Gary A. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Kotler P. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta. Indeks
- Kotler P. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, Jilid 1*, Terjemahan Benjamin Molan. Jakarta. Prenhallindo.
- Kotler Philip, dan Keller 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. Salemba Empat.
- Kurniawal Putra. A. 2014. "Motif Players Dalam Proses Pembelian *Virtual Goods* Pada Permainan *Game Oline*". Tidak dipublikasikan. Skripsi. Bengkulu. Universitas Bengkulu.
- Li, Zhaohui. 2012. Motivation of *Virtual Goods* Transactions Based on the Theory of Gaming Motivations. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology. Vol. 43, No. 2. ISSN : 1992-864. Hal:34*
- Mahendra Made Mahesa, Sri Ardani, dan I Gusti Agung Ketut. Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, [S.l.], v. 4, n. 2, feb. 2015. Hal:13-15 ISSN 2302-8912. Available:<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/10638>. Date accessed: 14 april 2019.*

- Marbun. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mokhammad Ridoi. 2018. *Cara Mudah Membuat Game Edukasi dengan Construct 2: Tutorial sederhana Construct 2*. Maskha. Kuala Lumpur.
- Moleong J Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Muhammad Bayu Aji Prabowo. 2018. Analisis Peluang Kepuasan Dalam Membeli Cash Game online. Tidak dipublikasikan. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mustafid dan Gunawan. 2008. “ Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang “Kenali” Pada Penduduk Asa Wira–Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*”, vol 4 no 2. Hal:45
- Park, B.-W. dan Lee, K. C. 2011. Computers in Human Behavior. *Exploring the value of purchasing online game items*. Hal:102.
- Peraturan Menteri Nomor 11 Tahun 2016. *Klasifikasi Permainan Interaktif Elektronik*. Jakarta.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. 2001. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi keempat*. Erlangga.
- Rachman, Maman dan Muhsin. 2004. *Konsep dan Analisis Statistik*. Semarang. UPT. UNNES Press.
- Reksoprayitno. 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta. Bina Grafika.
- Rina Yulius. 2017. Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian Item Virtual Pada Game online. *Journal of Animation and Games Studies, Vol.3 No.1. Sekolah Tinggi Teknologi Payakumbuh*.
- Robbins, Stephen P and Timothy A. Judge. 2015. *Organizational Behavior*. Pearson: United State America. Edisi 16
- Rondonuwu, Marshel. 2013. “Tingkat Pendidikan, Motivasi, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Sulawesi Utara”. *Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3. Hal:16*

- Schiffman, G. Leon, Kanuk L. Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip. Jakarta. PT. INDEKS
- Sentanoe Kertonegoro. 2001. *Jaminan Sosial dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Cetakan II. *Jakarta: Mutiara Sumber Widy*a.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Kencana
- Soekarwati. 2002. *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Remaja Rosadakarya
- Syahri Alhusin. 2003. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.



**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER PENELITIAN**

**Lampiran 1****KUESIONER PENELITIAN**

Responden yang terhormat,  
Pemain *game online*  
Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi), guna memenuhi syarat penyelesaian studi S1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Saya memohon dengan hormat kepada saudara untuk kesediannya memberikan informasi dan menjawab pernyataan dalam kuesioner ini yang berkaitan dengan penelitian yang saya ajukan yang berjudul, **“Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografi (Studi pada pemain *game online* Indonesia)”**.

Sesuai dengan etika penelitian, identitas saudara akan dijamin kerahasiaannya. Informasi yang saudara berikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Saya sebagai peneliti memohon maaf apabila mengganggu waktu dan kesibukan saudara sekalian. Kerjasama dari saudara sangat berarti bagi kesuksesan penelitian ini.

Atas perhatian dan partisipasi saudara, saya sampaikan terima kasih.

Hormat saya,

Nira Nurani Widya Dewi

130810201071



Nomor Responden : ..... (diisi oleh peneliti)

Nama :

1. Petunjuk Pengisian

- a. Jawablah pernyataan yang ada sesuai dengan kenyataan dan keadaan yang ada dengan sejujurnya.
- b. Berilah tanda centang ( $\checkmark$ ) pada jawaban yang telah disediakan dan dianggap paling sesuai dengan apa yang anda alami selama ini.

No.	Pernyataan	Jawaban
<b>1.</b>	<b>KARAKTERISTIK RESPONDEN</b>	
	a. Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
	b. Usia	<input type="checkbox"/> Dibawah 20 tahun <input type="checkbox"/> 21-25 tahun <input type="checkbox"/> 26-30 tahun <input type="checkbox"/> Di atas 30 tahun
	c. Pendidikan	<input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> S0/S1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> Lainnya
	d. Pendapatan	<input type="checkbox"/> dibawah Rp. 250.000 <input type="checkbox"/> Rp.250.000Rp.1.000.000 <input type="checkbox"/> Di atas Rp.1.000.000

	e. Pengeluaran membeli <i>virtual item</i> dalam 3 bulan terakhir.	<input type="checkbox"/> Diawah Rp.150.000 <input type="checkbox"/> Rp.150.000-Rp.300.000 <input type="checkbox"/> Di atas Rp.300.000
<b>2.</b>	<b>FREKUENSI PEMBELIAN <i>VIRTUAL ITEM</i></b>	
	a. Saya melakukan pembelian <i>virtual item</i> dalam 3 bulan terakhir	<input type="checkbox"/> 1-4 kali <input type="checkbox"/> 5-8 kali <input type="checkbox"/> Di atas 8 kali
Alasan membeli <i>virtual item</i> :		
<b>3.</b>	<b>JENIS <i>GAME ONLINE</i></b>	
	a. <i>Game online</i> yang saya sukai	<input type="checkbox"/> <i>Action</i> <input type="checkbox"/> <i>RPG/MMORPG</i> <input type="checkbox"/> <i>Simulasi</i> <input type="checkbox"/> <i>FPS</i> <input type="checkbox"/> <i>Strategy</i>
Alasan:		
<b>4.</b>	<b>METODE PEMBELIAN DAN PEMBAYARAN</b>	
	a. Metode pembelian dan pembayaran yang saya lakukan dalam membeli <i>virtual item</i>	<input type="checkbox"/> Bank Transfer <input type="checkbox"/> Pulsa <input type="checkbox"/> Tunai <input type="checkbox"/> <i>Voucher/Dompetku</i>
Alasan:		



**LAMPIRAN 2**

**REKAPITULASI JAWABAN KUESIONE RESPONDEN**

## Lampiran 2

## Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Lama bermain	Pendapatan	Pengeluaran	Frekuensi Pembelian V.I	Jenis <i>Game online</i> yang disukai	Metode Pembelian dan Pembayaran
1	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
2	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Pulsa
3	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Pulsa
4	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
5	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
6	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Pulsa
7	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
8	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
9	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
10	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
11	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
12	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Pulsa
13	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Pulsa
14	Laki-laki	< 20 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
15	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Bank Transfer
16	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa

17	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
18	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
19	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
20	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
21	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
22	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
23	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Pulsa
24	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
25	Laki-laki	< 20 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
26	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Uang tunai
27	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Pulsa
28	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/MMORPG	Uang tunai
29	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/MMORPG	Pulsa
30	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
31	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
32	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Pulsa
33	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Uang tunai
34	Perempuan	< 20 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Pulsa

35	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
36	Perempuan	< 20 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
37	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Pulsa
38	Perempuan	< 20 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Pulsa
39	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Pulsa
40	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Pulsa
41	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
42	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
43	Laki-laki	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
44	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Pulsa
45	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Action	Pulsa
46	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Uang tunai
47	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
48	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
49	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
50	Laki-laki	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
51	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai

52	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
53	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Pulsa
54	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Pulsa
55	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
56	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
57	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
58	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
59	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Simulasi	Pulsa
60	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Pulsa
61	Perempuan	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Uang tunai
62	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
63	Perempuan	26-30 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
64	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
65	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Dompot-ku/ Voucher
66	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
67	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Action	Bank Transfer

68	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Pulsa
69	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
70	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
71	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
72	Laki-laki	26-30 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	Action	Uang tunai
73	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
74	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
75	Perempuan	< 20 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Uang tunai
76	Laki-laki	26-30 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
77	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
78	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
79	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
80	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Simulasi	Uang tunai
81	Perempuan	26-30 tahun	S2	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Dompot-ku/ Voucher
82	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
83	Perempuan	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
84	Laki-laki	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa



85	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	5-8 kali	RPG/MMORPG	Bank Transfer
86	Perempuan	30 tahun <	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Action	Uang tunai
87	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
88	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
89	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Bank Transfer
90	Perempuan	< 20 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	Action	Pulsa
91	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Action	Bank Transfer
92	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Action	Pulsa
93	Perempuan	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
94	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
95	Perempuan	30 tahun <	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
96	Perempuan	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
97	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Uang tunai
98	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Bank Transfer
99	Perempuan	26- 30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Uang tunai

100	Perempuan	26- 30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer
101	Laki-laki	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
102	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
103	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Pulsa
104	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Bank Transfer
105	Perempuan	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
106	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Uang tunai
107	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
108	Perempuan	26- 30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
109	Perempuan	26- 30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
110	Perempuan	26- 30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
111	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
112	Perempuan	26- 30 tahun	S2	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Bank Transfer
113	Laki-laki	26-30 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
114	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Pulsa
115	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer

116	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Bank Transfer
117	Laki-laki	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
118	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Dompert-ku/ Voucher
119	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
120	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
121	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Pulsa
122	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
123	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
124	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
125	Laki-laki	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Strategy	Dompert-ku/ Voucher
126	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/MMORP G	Bank Transfer
127	Perempuan	26-30 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	Simulasi	Pulsa
128	Perempuan	26-30 tahun	Lainnya	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
129	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
130	Laki-laki	26-30 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer

131	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Dompot-ku/ Voucher
132	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
133	Laki-laki	26- 30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
134	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Pulsa
135	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
136	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
137	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
138	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	Action	Bank Transfer
139	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
140	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Uang tunai
141	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
142	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Action	Bank Transfer
143	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
144	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
145	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai

146	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
147	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Simulasi	Dompot-ku/ Voucher
148	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
149	Laki-laki	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
150	Laki-laki	26-30 tahun	S2	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
151	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
152	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	8 kali <	RPG/ MMORPG	Uang tunai
153	Laki-laki	26-30 tahun	SMA	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
154	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Action	Pulsa
155	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Uang tunai
156	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
157	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
158	Perempuan	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Action	Bank Transfer
159	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Uang tunai

160	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
161	Perempuan	26-30 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Dompot-ku/ Voucher
162	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
163	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Pulsa
164	Laki-laki	21-25 tahun	S2	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
165	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
166	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
167	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Dompot-ku/ Voucher
168	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Bank Transfer
169	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Simulasi	Bank Transfer
170	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Pulsa
171	Perempuan	26-30 tahun	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
172	Perempuan	30 tahun <	SMA	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Dompot-ku/ Voucher
173	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Uang tunai
174	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Uang tunai
175	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Pulsa
176	Perempuan	26-30 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai

177	Perempuan	26-30 tahun	S2	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
178	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
179	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
180	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
181	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
182	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
183	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
184	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
185	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
186	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Dompot-ku/ Voucher
187	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
188	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Uang tunai
189	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
190	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Uang tunai
191	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
192	Perempuan	21-25 tahun	S2	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
193	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Action	Bank Transfer

194	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
195	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Pulsa
196	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG /MMORPG	Uang tunai
197	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Action	Pulsa
198	Laki-laki	26-30 tahun	S2	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Bank Transfer
199	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
200	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Bank Transfer
201	Perempuan	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
202	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
203	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
204	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
205	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
206	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
207	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
208	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Uang tunai
209	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Simulasi	Uang tunai
210	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Uang tunai
211	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Uang tunai



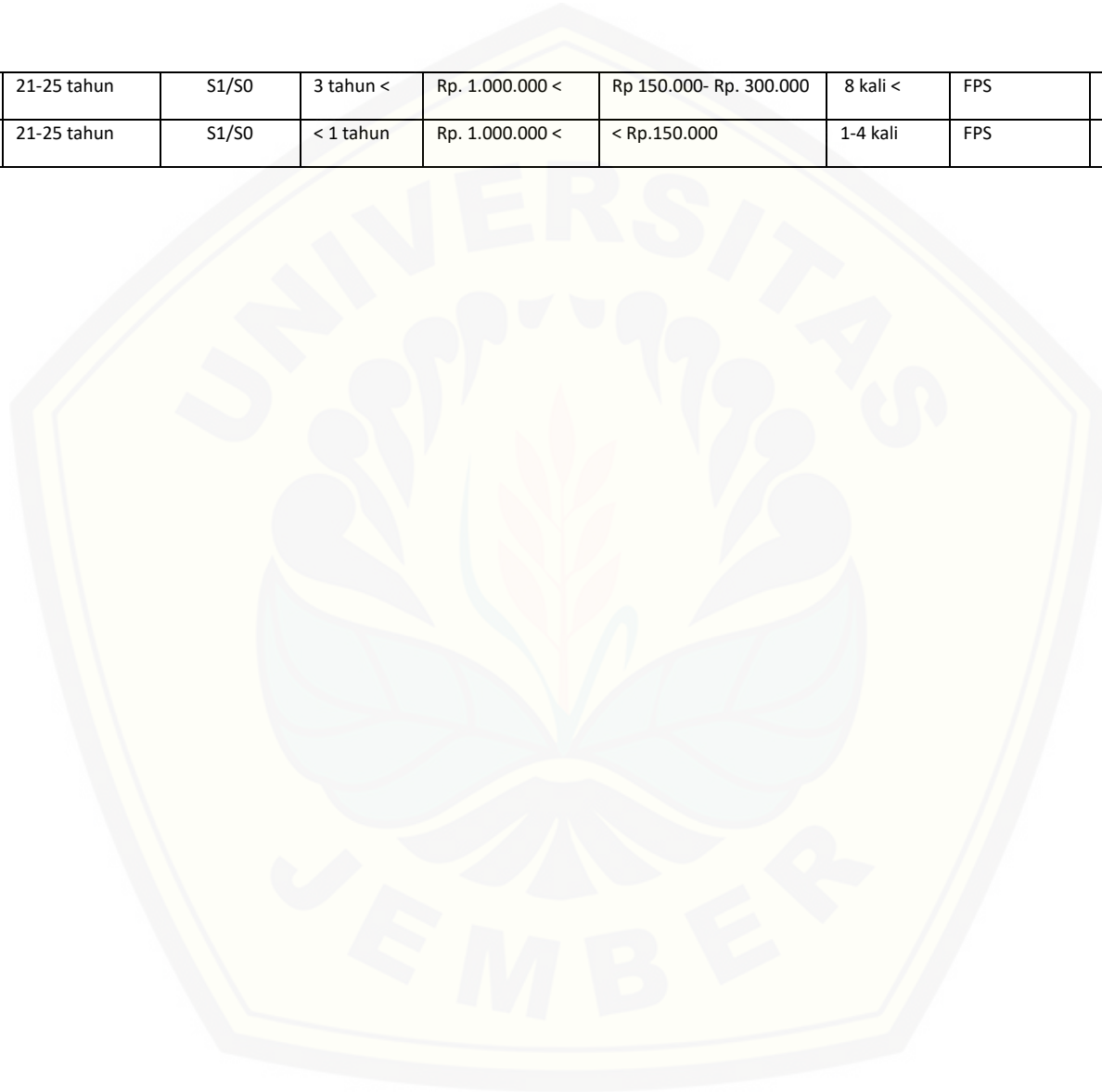
212	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Pulsa
213	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Dompot-ku/ Voucher
214	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
215	Perempuan	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Pulsa
216	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
217	Perempuan	21-25 tahun	S2	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/ MMORPG	Uang tunai
218	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
219	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
220	Laki-laki	< 20 tahun	S1/S0	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Pulsa
221	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Bank Transfer
222	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
223	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Bank Transfer
224	Perempuan	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
225	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Action	Uang tunai
226	Laki-laki	21-25 tahun	S2	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Strategy	Bank Transfer
227	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Action	Bank Transfer
228	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
229	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Strategy	Pulsa
230	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Dompot-ku/ Voucher

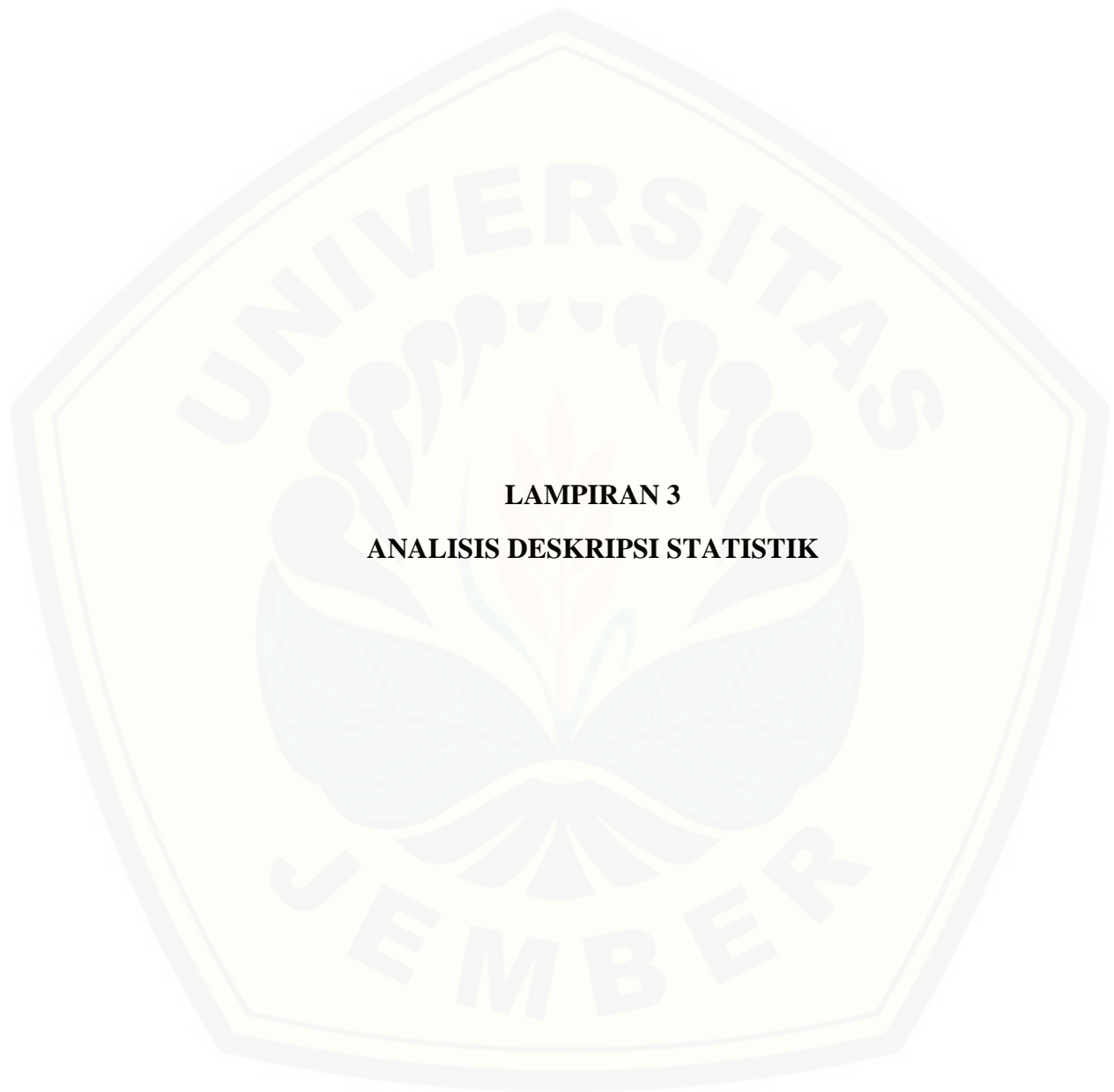
231	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	RPG/MMORPG	Bank Transfer
232	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
233	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Simulasi	Uang tunai
234	Laki-laki	30 tahun <	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
235	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	RPG/ MMORPG	Uang tunai
236	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Dompot-ku/ Voucher
237	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1- 3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
238	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
239	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
240	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
241	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	1-4 kali	FPS	Pulsa
242	Perempuan	< 20 tahun	Lainnya	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	8 kali <	Simulasi	Uang tunai
243	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Dompot-ku/ Voucher
244	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
245	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
246	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Simulasi	Pulsa
247	Perempuan	30 tahun <	Lainnya	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Bank Transfer

248	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
249	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Bank Transfer
250	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
251	Laki-laki	< 20 tahun	Lainnya	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
252	Laki-laki	< 20 tahun	Lainnya	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
253	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
254	Perempuan	21-25 tahun	S2	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
255	Perempuan	< 20 tahun	Lainnya	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Simulasi	Uang tunai
256	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Bank Transfer
257	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Dompot-ku/ Voucher
258	Perempuan	< 20 tahun	Lainnya	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
259	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Action	Uang tunai
260	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Bank Transfer
261	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Uang tunai
262	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
263	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Dompot-ku/ Voucher
264	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Strategy	Uang tunai
265	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	RPG/	Uang tunai

								MMORPG	
266	Perempuan	26-30 tahun	S1/S0	1-3 tahun	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
267	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Bank Transfer
268	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	1-3 tahun	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	FPS	Pulsa
269	Perempuan	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
270	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
271	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	FPS	Uang tunai
272	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
273	Laki-laki	< 20 tahun	Lainnya	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Dompot-ku/ Voucher
274	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Pulsa
275	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp.300.000 <	8 kali <	Strategy	Uang tunai
276	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	Strategy	Pulsa
277	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai
278	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	Action	Pulsa
279	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	1-4 kali	FPS	Pulsa
280	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp.250.000- Rp.1.000.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Simulasi	Dompot-ku/ Voucher
281	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer
282	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	< Rp 250.000	< Rp.150.000	1-4 kali	Strategy	Uang tunai
283	Laki-laki	< 20 tahun	SMA	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp.300.000 <	5-8 kali	Strategy	Pulsa
284	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	< Rp 250.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	5-8 kali	FPS	Bank Transfer

285	Laki-laki	21-25 tahun	S1/S0	3 tahun <	Rp. 1.000.000 <	Rp 150.000- Rp. 300.000	8 kali <	FPS	Pulsa
286	Perempuan	21-25 tahun	S1/S0	< 1 tahun	Rp. 1.000.000 <	< Rp.150.000	1-4 kali	FPS	Uang tunai





**LAMPIRAN 3**  
**ANALISIS DESKRIPSI STATISTIK**

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	170	59,4	59,4	59,4
	Perempuan	116	40,6	40,6	100,0
	Total	286	100,0	100,0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	93	32,5	32,5	32,5
	21-25 tahun	134	46,9	46,9	79,4
	26-30 tahun	35	12,2	12,2	91,6
	> 30 tahun	24	8,4	8,4	100,0
	Total	286	100,0	100,0	

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	35	12,2	12,2	12,2
	S1/S0	147	51,4	51,4	63,6
	S2	22	7,7	7,7	71,3
	SMA	82	28,7	28,7	100,0
	Total	286	100,0	100,0	

**Lama Bermain Game online**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	54	18,9	18,9	18,9
	1-3 tahun	107	37,4	37,4	56,3
	> 3 tahun	125	43,7	43,7	100,0
	Total	286	100,0	100,0	

**Pendapatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 250.000	107	37,4	37,4	37,4
	> Rp. 1.000.000	112	39,2	39,2	76,6
	Rp.250.000-Rp.1.000.000	67	23,4	23,4	100,0
	Total	286	100,0	100,0	

**Pengeluaran Membeli *Virtual item***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp.150.000	86	30,1	30,1	30,1
Rp 150.000- Rp. 300.000	95	33,2	33,2	63,3
> Rp.300.000	105	36,7	36,7	100,0
Total	286	100,0	100,0	

**Frekuensi Pembelian *Virtual item***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 8 kali	37	12,9	12,9	12,9
1-4 kali	151	52,8	52,8	65,7
5-8 kali	98	34,3	34,3	100,0
Total	286	100,0	100,0	

**Jenis *Game online***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Action	29	10,1	10,1	10,1
FPS	113	39,5	39,5	49,7
RPG/MMORPG	40	14,0	14,0	63,6
Simulasi	33	11,5	11,5	75,2
Strategy	71	24,8	24,8	100,0
Total	286	100,0	100,0	

**Metode Pembelian dan Pembayaran**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bank Transfer	91	31,8	31,8	31,8
Dompot-ku/ Voucher	18	6,3	6,3	38,1
Pulsa	70	24,5	24,5	62,6
Uang tunai	107	37,4	37,4	100,0
Total	286	100,0	100,0	





**Lampiran 4**

***UJI CROSSTABS DAN CHI-SQUARE***

**Frekuensi Pembelian *Virtual item* Berdasarkan Jenis Kelamin**

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Jenis Kelamin	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

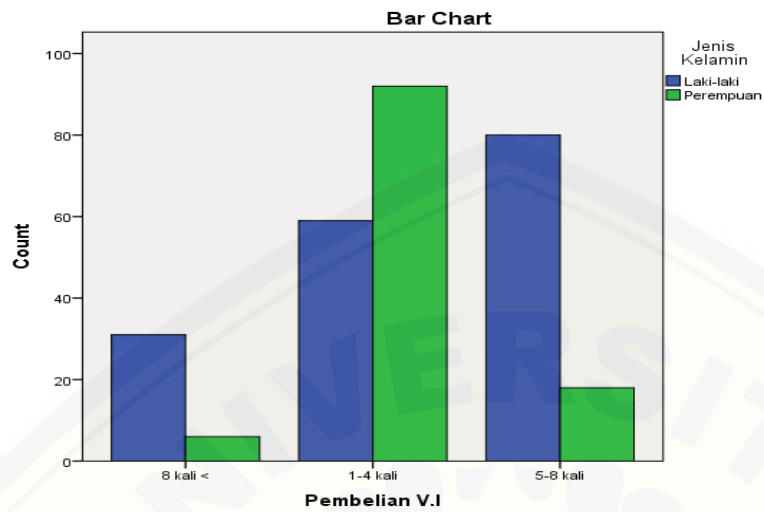
**Frekuensi Pembelian *Virtual item* \* Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count		Jenis Kelamin		
		Laki-laki	Perempuan	Total
Frekuensi Pembelian V.I	> 8 kali	31	6	37
	1-4 kali	59	92	151
	5-8 kali	80	18	98
Total		170	116	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	55,097 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	57,887	2	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,01.



### Frekuensi Pembelian *Virtual item* Berdasarkan Usia

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Usia	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

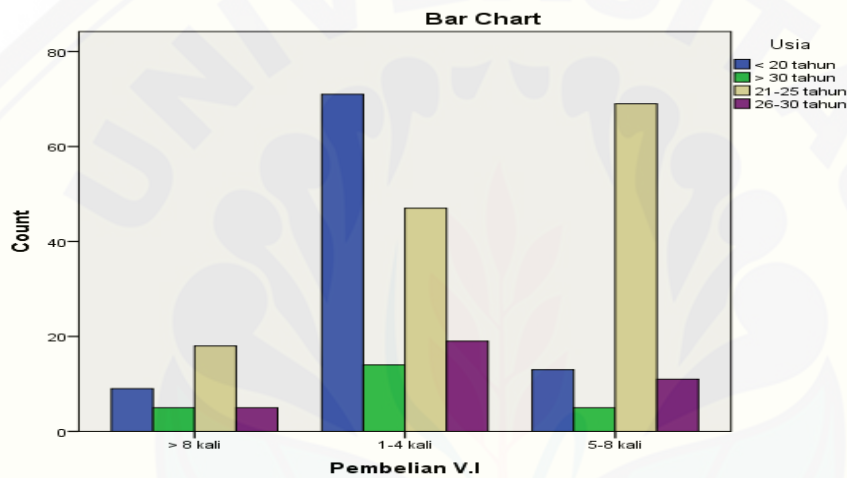
#### Pembelian *Virtual item* \* Usia Crosstabulation

Count		Usia				Total
		< 20 tahun	21-25 tahun	26-30 tahun	> 30 tahun	
Pembelian V.I	> 8 kali	9	18	5	5	37
	1-4 kali	71	47	19	14	151
	5-8 kali	13	69	11	5	98
Total		93	134	35	24	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	44,009 <sup>a</sup>	6	,000
Likelihood Ratio	45,674	6	,000
N of Valid Cases	286		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,10.



**Frekuensi Pembelian *Virtual item* Berdasarkan Pendidikan**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Pendidikan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

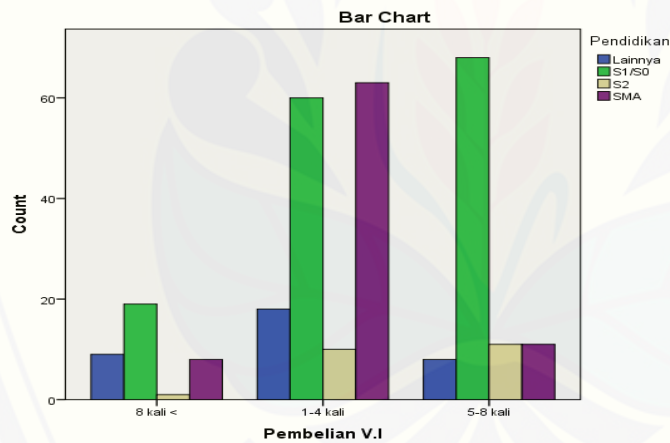
**Frekuensi Pembelian *Virtual item* \* Pendidikan Crosstabulation**

Count		Pendidikan				Total
		Lainnya	S1/S0	S2	SMA	
Frekuensi Pembelian V.I	> 8 kali	9	19	1	8	37
	1-4 kali	18	60	10	63	151
	5-8 kali	8	68	11	11	98
Total		35	147	22	82	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	38,952 <sup>a</sup>	6	,000
Likelihood Ratio	40,181	6	,000
N of Valid Cases	286		

- a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,85



**Frekuensi Pembelian *Virtual Item* Berdasarkan Lama Bermain *Game online***

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Lama bermain	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Frekuensi Pembelian *Virtual item* \* Lama bermain *game online* Crosstabulation**

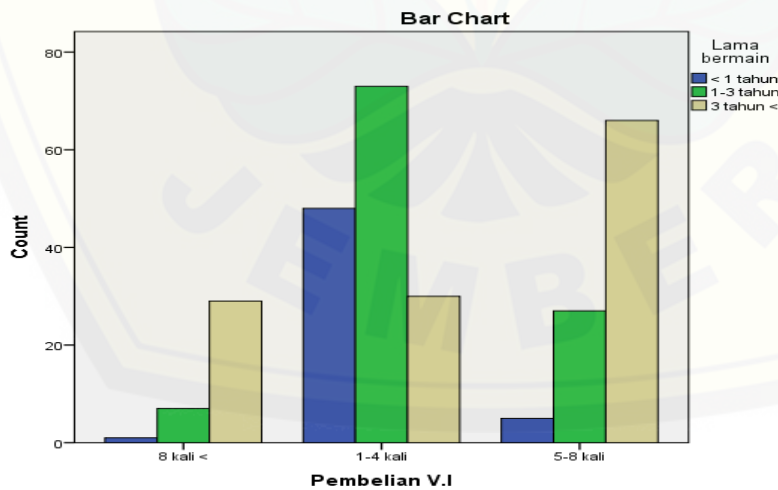
Count

		Lama bermain			Total
		< 1 tahun	1-3 tahun	3 tahun <	
Frekuensi Pembelian V.I	8 kali <	1	7	29	37
	1-4 kali	48	73	30	151
	5-8 kali	5	27	66	98
Total		54	107	125	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	81,402 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	88,037	4	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,99.



**Frekuensi Pembelian *Virtual item* Berdasarkan Pendapatan**

**Case Processing Summary**

Cases	
-------	--

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Pendapatan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Frekuensi Pembelian *Virtual item* \* Pendapatan Crosstabulation**

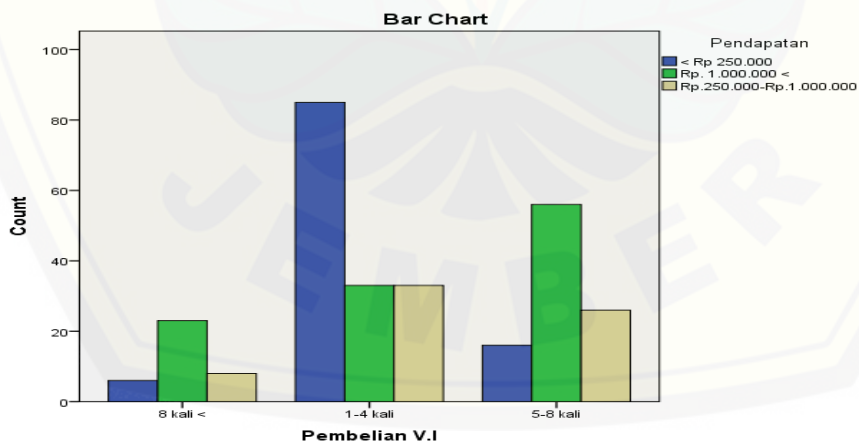
Count

		Pendapatan			Total
		< Rp 250.000	Rp. 1.000.000 <	Rp.250.000-Rp.1.000.000	
Frekuensi Pembelian V.I	8 kali <	6	23	8	37
	1-4 kali	85	33	33	151
	5-8 kali	16	56	26	98
Total		107	112	67	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	55,728 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	58,567	4	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,67.



**Frekuensi Pembelian *Virtual item* Berdasarkan Pengeluaran Membeli *Virtual item***

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Frekuensi Pembelian V.I * Pengeluaran	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Frekuensi Pembelian V.I \* Pengeluaran Crosstabulation**

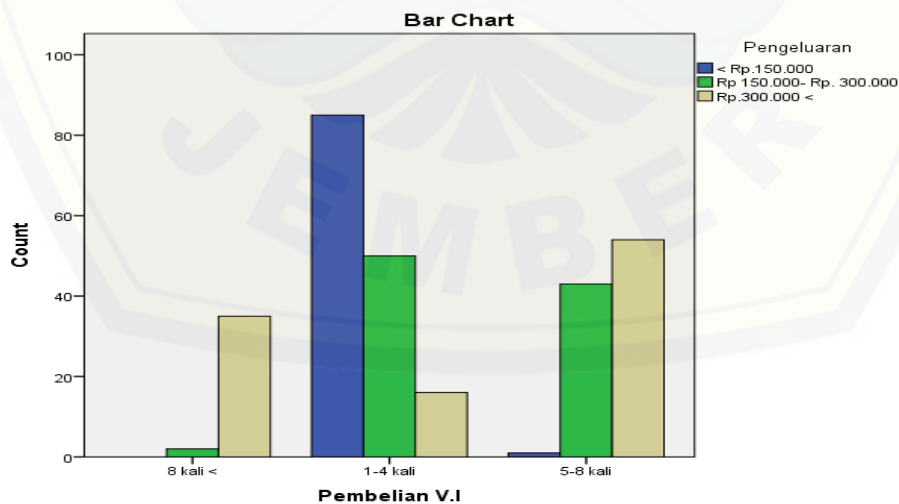
Count

		Pengeluaran			Total
		< Rp.150.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	Rp.300.000 <	
Frekuensi Pembelian V.I	8 kali <	0	2	35	37
	1-4 kali	85	50	16	151
	5-8 kali	1	43	54	98
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>95</b>	<b>105</b>	<b>286</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	155,970 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	186,528	4	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,13.





**Jenis Game online Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Jenis Kelamin	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

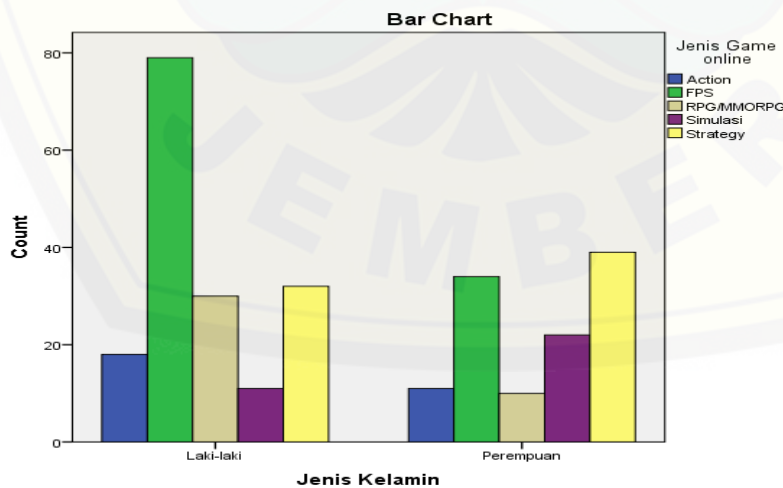
**Jenis Game online \* Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count		Jenis Kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
Jenis Game online	Action	18	11	29
	FPS	79	34	113
	RPG/MMORPG	30	10	40
	Simulasi	11	22	33
	Strategy	32	39	71
Total		170	116	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,650 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	24,770	4	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,76.



**Jenis Game online Berdasarkan Usia**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Usia	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Jenis Game online \* Usia Crosstabulation**

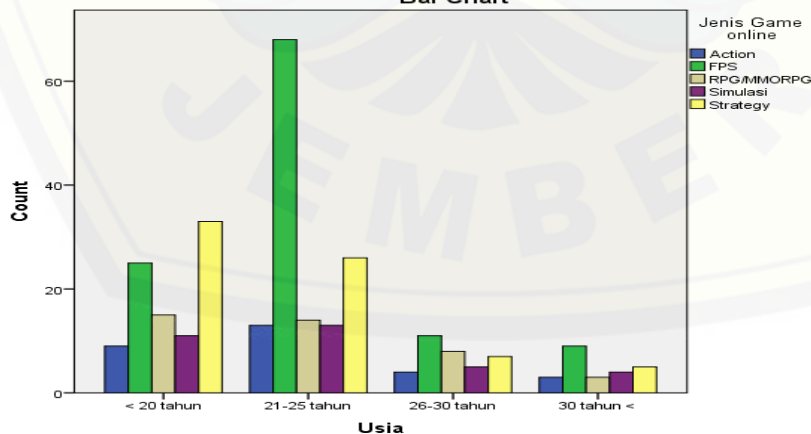
Count		Usia				Total
		< 20 tahun	21-25 tahun	26-30 tahun	30 tahun <	
Jenis Game online	Action	9	13	4	3	29
	FPS	25	68	11	9	113
	RPG/MMORPG	15	14	8	3	40
	Simulasi	11	13	5	4	33
	Strategy	33	26	7	5	71
Total		93	134	35	24	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,885 <sup>a</sup>	12	,069
Likelihood Ratio	19,423	12	,079
N of Valid Cases	286		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,43.

**Bar Chart**



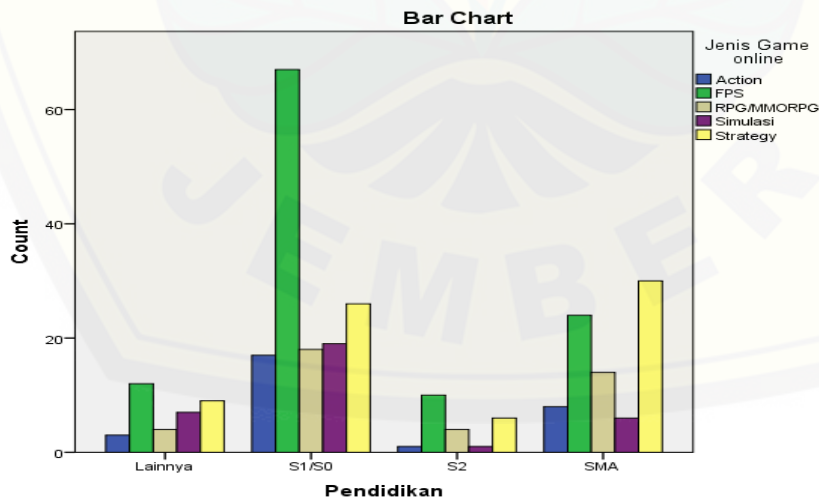
**Jenis Game online Berdasarkan Pendidikan**

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Pendidikan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

Jenis Game online * Pendidikan Crosstabulation						
Count		Pendidikan				Total
		Lainnya	S1/S0	S2	SMA	
Jenis Game online	Action	3	17	1	8	29
	FPS	12	67	10	24	113
	RPG/MMORPG	4	18	4	14	40
	Simulasi	7	19	1	6	33
	Strategy	9	26	6	30	71
Total		35	147	22	82	286

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,639 <sup>a</sup>	12	,098
Likelihood Ratio	18,746	12	,095
N of Valid Cases	286		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,23.



**Jenis Game online Berdasarkan Lama Bermain Game online**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Lama bermain	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Jenis Game online \* Lama bermain Crosstabulation**

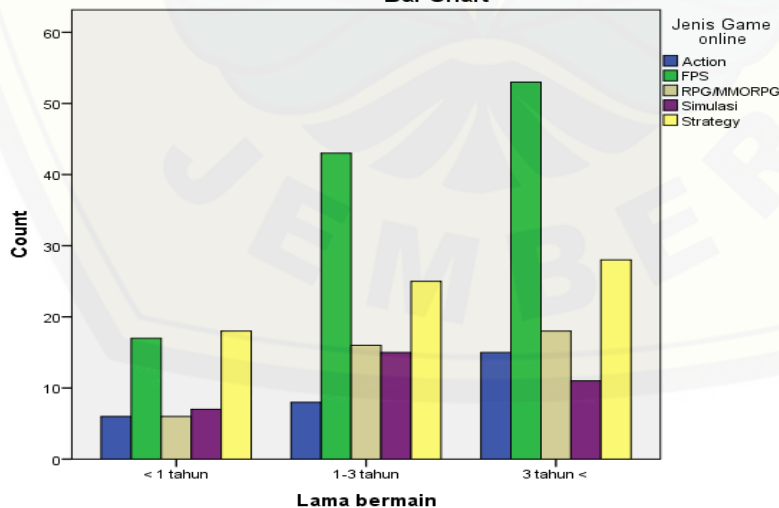
Count		Lama bermain			Total
		< 1 tahun	1-3 tahun	3 tahun <	
Jenis Game online	Action	6	8	15	29
	FPS	17	43	53	113
	RPG/MMORPG	6	16	18	40
	Simulasi	7	15	11	33
	Strategy	18	25	28	71
Total		54	107	125	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	6,229 <sup>a</sup>	8	,622
Likelihood Ratio	6,253	8	,619
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,48.

**Bar Chart**



**Jenis Game online Berdasarkan Pendapatan**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Pendapatan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

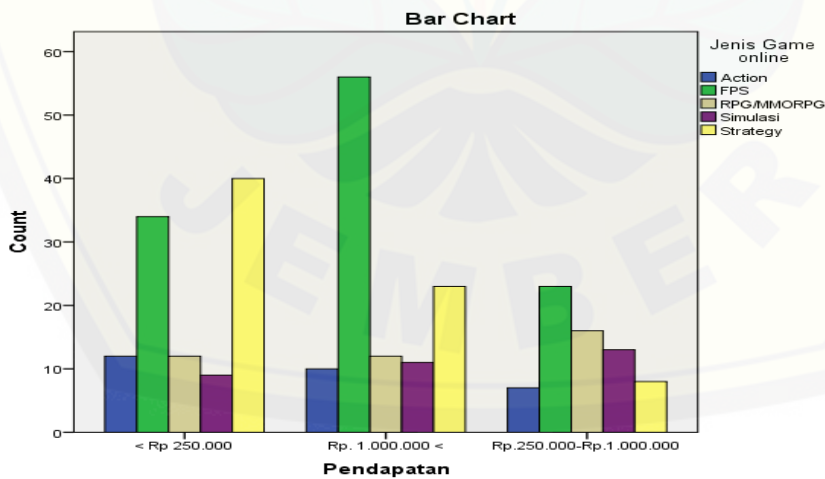
**Jenis Game online \* Pendapatan Crosstabulation**

Count		Pendapatan			Total
		< Rp 250.000	Rp. 1.000.000 <	Rp.250.000- Rp.1.000.000	
Jenis Game online	Action	12	10	7	29
	FPS	34	56	23	113
	RPG/MMORPG	12	12	16	40
	Simulasi	9	11	13	33
	Strategy	40	23	8	71
Total		107	112	67	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28,512 <sup>a</sup>	8	,000
Likelihood Ratio	27,398	8	,001
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,79.



**Jenis Game online Berdasarkan Pengeluaran**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Game online * Pengeluaran	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

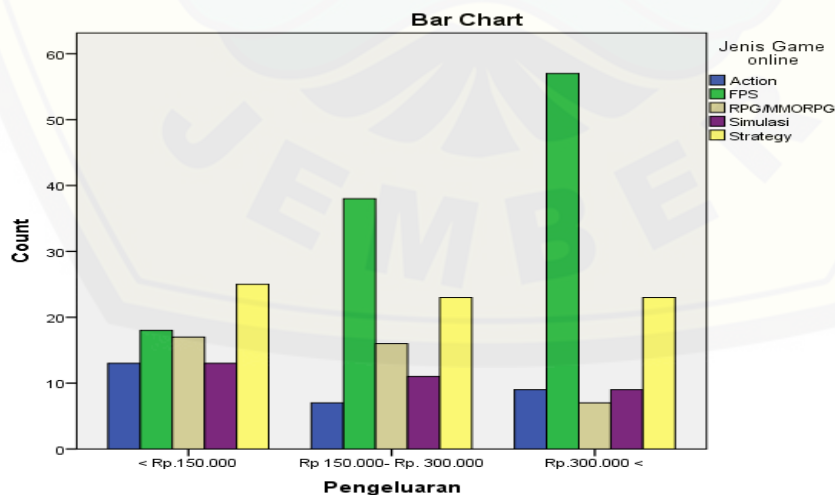
**Jenis Game online \* Pengeluaran Crosstabulation**

Count		Pengeluaran			Total
		< Rp.150.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	Rp.300.000 <	
Jenis Game online	Action	13	7	9	29
	FPS	18	38	57	113
	RPG/MMORPG	17	16	7	40
	Simulasi	13	11	9	33
	Strategy	25	23	23	71
Total		86	95	105	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,782 <sup>a</sup>	8	,001
Likelihood Ratio	27,234	8	,001
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,72.



**Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Jenis Kelamin	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

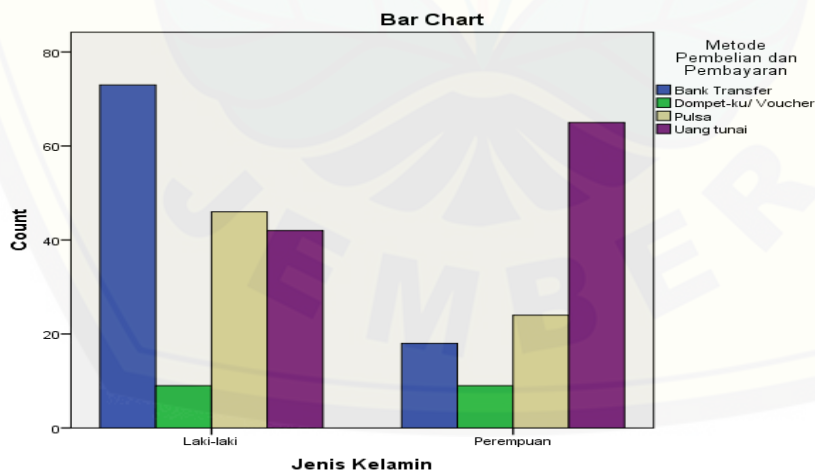
**Metode Pembelian dan Pembayaran \* Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count		Jenis Kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	73	18	91
	Dompot-ku/ Voucher	9	9	18
	Pulsa	46	24	70
	Uang tunai	42	65	107
Total		170	116	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	36,194 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	37,395	3	,000
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,30.



**Metode Pembelian Berdasarkan Usia**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Usia	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

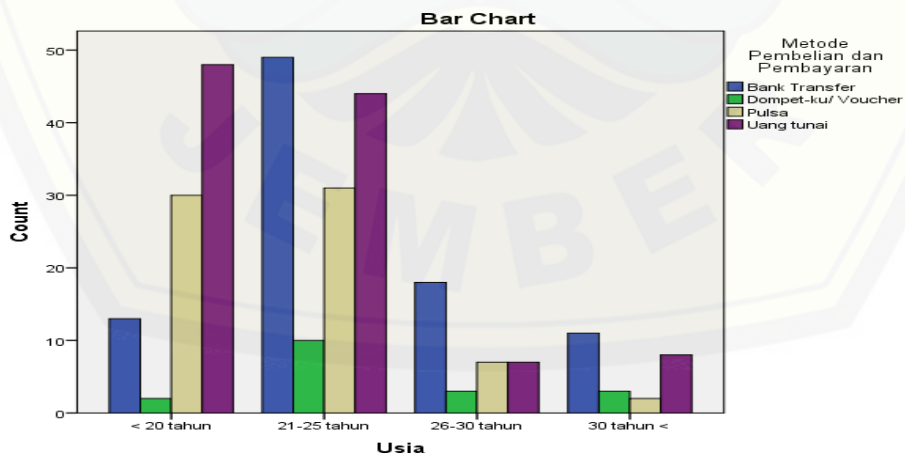
**Metode Pembelian dan Pembayaran \* Pendidikan Crosstabulation**

Count		Pendidikan				Total
		Lainnya	S1/S0	S2	SMA	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	18	55	6	12	91
	Dompot-ku/ Voucher	3	11	2	2	18
	Pulsa	2	37	5	26	70
	Uang tunai	12	44	9	42	107
Total		35	147	22	82	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	34,496 <sup>a</sup>	9	,000
Likelihood Ratio	37,371	9	,000
N of Valid Cases	286		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,51.





**Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Pendidikan**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Pendidikan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

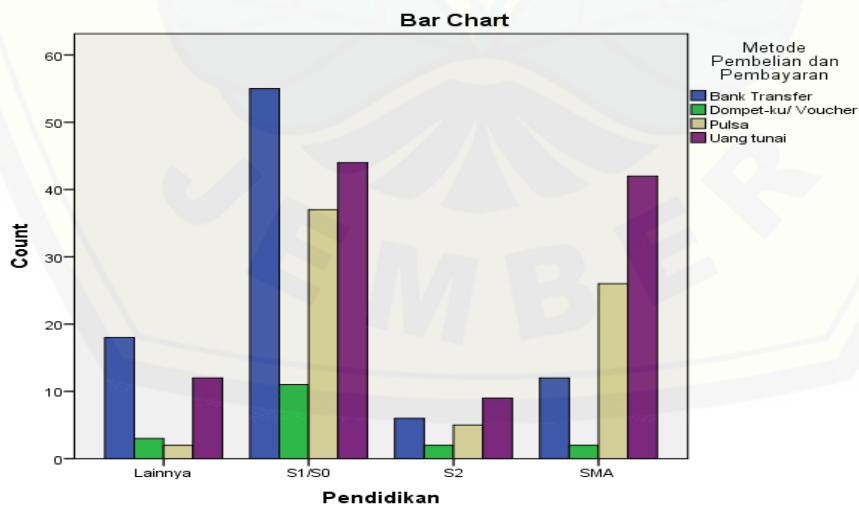
**Metode Pembelian dan Pembayaran \* Pendidikan Crosstabulation**

Count		Pendidikan				Total
		Lainnya	S1/S0	S2	SMA	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	18	55	6	12	91
	Dompot-ku/ Voucher	3	11	2	2	18
	Pulsa	2	37	5	26	70
	Uang tunai	12	44	9	42	107
Total		35	147	22	82	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	29,641 <sup>a</sup>	9	,001
Likelihood Ratio	33,200	9	,000
N of Valid Cases	286		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,38.



**Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Lama Bermain**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Lama bermain	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

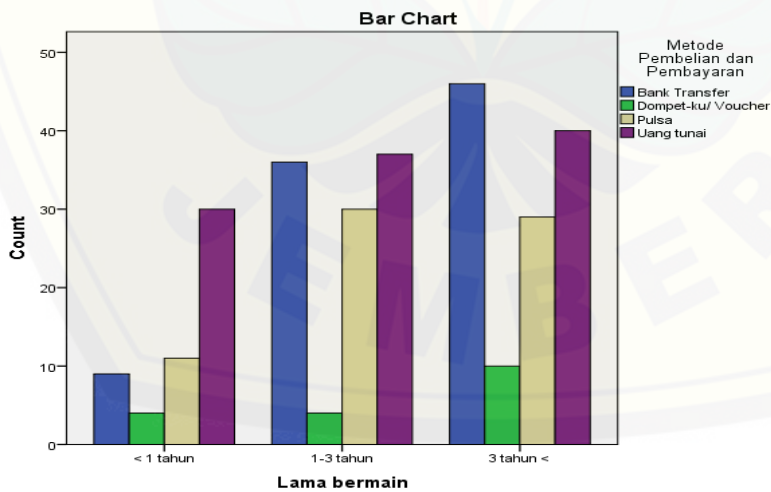
**Metode Pembelian dan Pembayaran \* Lama bermain Crosstabulation**

Count		Lama bermain			Total
		< 1 tahun	1-3 tahun	3 tahun <	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	9	36	46	91
	Dompot-ku/ Voucher	4	4	10	18
	Pulsa	11	30	29	70
	Uang tunai	30	37	40	107
Total		54	107	125	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	13,747 <sup>a</sup>	6	,033
Likelihood Ratio	14,098	6	,029
N of Valid Cases	286		

a. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,40.



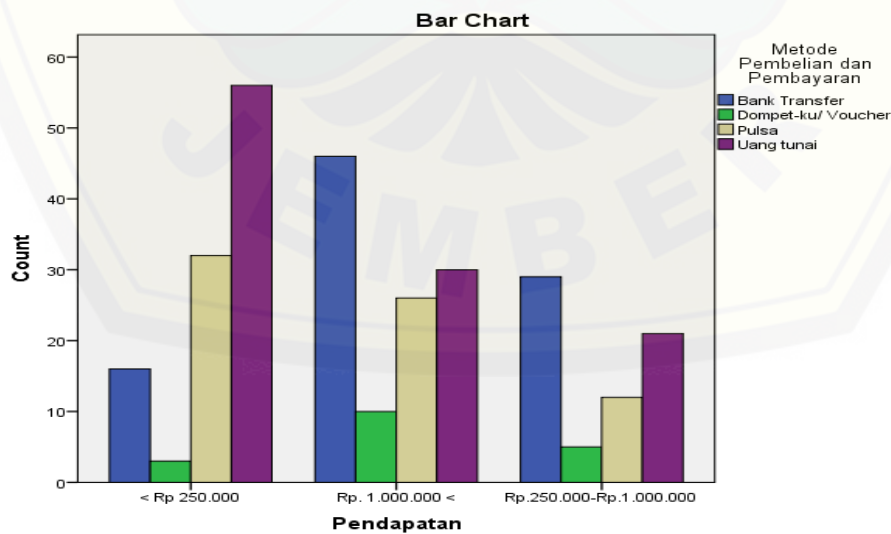
### Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Pendapatan

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Pendapatan	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

Metode Pembelian dan Pembayaran * Pendapatan Crosstabulation					
Count		Pendapatan			Total
		< Rp 250.000	Rp. 1.000.000 <	Rp.250.000-Rp.1.000.000	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	16	46	29	91
	Dompot-ku/ Voucher	3	10	5	18
	Pulsa	32	26	12	70
	Uang tunai	56	30	21	107
Total		107	112	67	286

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	31,751 <sup>a</sup>	6	,000
Likelihood Ratio	33,711	6	,000
N of Valid Cases	286		

a. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,22.



### Metode Pembelian dan Pembayaran Berdasarkan Pengeluaran

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Metode Pembelian dan Pembayaran * Pengeluaran	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

**Metode Pembelian dan Pembayaran \* Pengeluaran Crosstabulation**

Count		Pengeluaran			Total
		< Rp.150.000	Rp 150.000- Rp. 300.000	Rp.300.000 <	
Metode Pembelian dan Pembayaran	Bank Transfer	22	28	41	91
	Domet-ku/ Voucher	7	6	5	18
	Pulsa	18	26	26	70
	Uang tunai	39	35	33	107
Total		86	95	105	286

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	7,028 <sup>a</sup>	6	,318
Likelihood Ratio	6,964	6	,324
N of Valid Cases	286		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,41.

