

**Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada
*Games Mobile Legends Terhadap Impulse Buying (Case
Study: Generasi Z yang ada Di Jakarta)***

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

MUHAMMAD REZA KURNIA ADHITAMA

1181001030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya
sendiri, dan semua sumber baik yang
dikutip maupun dirujuk telah saya
nyatakan dengan benar.**

Nama : Muhammad Reza Kurnia Adhitama

NIM : 1181001030

Tanda Tangan :



Tanggal : 19 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Reza Kurnia Adhitama.

NIM : 1181001030.


Program Studi : Manajemen.


Fakultas. : Ekonomi dan Ilmu Sosial.


Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada
Games Mobile Legend Terhadap Impulse Buying (Case
Study: Gen Z yang ada Di Jakarta).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M. ()

Penguji I : Dr. Jerry Heikal, ST, M.M. ()

Penguji II. : Raden Aryo Febrian S.E. M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta.

Tanggal : 19 Februari 2023.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Reza Kurnia Adhitama
NIM : 1181001030
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial Jenis
Tugas Akhir : Riset Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada *Games Mobile Legend* Terhadap *Impulse Buying* (Case Study: Gen Z yang ada Di Jakarta)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Februari 2023

Yang Menyatakan



(Muhammad Reza Kurnia Adhitama)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada Games Mobile Legends Terhadap Impulse Buying (Case Study: Generasi Z yang ada Di Jakarta)”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almarhum bapak, ibu, Dek Hafiz, dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Raden Aryo Febrian S.E. M.M., selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir penulis yang telah banyak memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Bapak Jerry Dr. Jerry Heikal, ST, M.M., selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir dan memberikan masukan kepada penulis.

5. Teman-teman seperjuangan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini yaitu Farhan, Randy, Fahrul, Faza, Naseh, Arka, Vandita, Dina, dan Alma yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 6 Februari 2023



Muhammad Reza Kurnia Adhitama

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada *Games Mobile Legends Terhadap Impulse Buying (Case Study: Generasi Z yang ada Di Jakarta)*

Muhammad Reza Kurnia Adhitama

ABSTRAK

Game online sudah menjadi gaya hidup dan juga trend di dalam masyarakat, banyak pengguna game online memiliki kebiasaan dalam membeli barang barang virtual yang dapat menunjang performa mereka dalam bermain game. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon pada *Games Mobile Legends terhadap Impulse Buying (Case Study: Generasi Z yang ada di Jakarta)*. Populasi dari penelitian ini adalah generasi z (kelahiran tahun 1995-2010) yang berdomisili di daerah Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 124 Responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ada *Probability Sampling* dengan metode analisis data adalah regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan *software* SPSS v25. Teknik Analisis data pada penelitian ini adalah Uji Kelayakan model yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas lalu uji hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (T), Uji Simultan (F), dan Determinasi Koefisien (R^2). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwasan nya variabel Gaya Hidup Konsumtif tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada Game Mobile Legends, harga Diskon berpengaruh secara positif atau signifikan secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada Game Mobile Legends, lalu diikuti dengan Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *Impulse Buying* pada Game Mobile Legends.

Kata Kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Harga Diskon, *Impulse Buying, Mobile Legends*.

***The Effect of Consumptive Lifestyles and Price Discount on
Mobile Legends Games on Impulse Buying (Case Study:
Generation Z in Jakarta)***

Muhammad Reza Kurnia Adhitama

ABSTRACT

Online games have become a lifestyle and also a trend in society, many online game users have a habit of buying virtual goods that can support their performance in playing games. This study aims to analyze the effect of consumptive lifestyles and discounted prices in Mobile Legends games on impulse buying (Case Study: Generation Z in Jakarta). The population of this study is the z generation (born 1995-2010) who live in the Jakarta area with a total sample of 124 respondents. The sampling technique in this study was Probability Sampling with the data analysis method using multiple linear regression using SPSS v25 software. The data analysis technique in this study is the Feasibility Test of the model which consists of Validity and Reliability Tests, Classical Assumptions Test which consists of Normality Test, Multicollinearity Test and Heteroscedasticity Test then hypothesis test which consists of Partial Test (T), Simultaneous Test (F), and Coefficient Determination (R²). The results of the study show that the consumptive lifestyle variable has no positive and partially significant effect on impulse buying in the Mobile Legends game, discount prices have a positive or partially significant effect on impulse buying in the mobile legends game, then followed by a consumptive lifestyle. and Discounted Prices simultaneously have a positive and significant effect on Impulse Buying in the Mobile Legends Game.

Keywords: *Consumptive lifestyle, Price Discount, Impulse Buying, Mobile Legends.*

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR</i>	<i>iii</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</i>	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xiii</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xiv</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>7</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>7</i>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<i>7</i>
1.4.1 Manfaat Teoritis	<i>7</i>
1.4.2 Manfaat Praktis	<i>8</i>
<i>BAB II</i>	<i>9</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>9</i>
2.1 Gaya Hidup Konsumtif	<i>9</i>
2.1.1 Pengertian Gaya Hidup Konsumtif.....	<i>9</i>
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif	<i>10</i>
2.1.3 Dimensi Indikator Gaya Hidup Konsumtif.....	<i>11</i>

2.2 Harga Diskon	12
2.2.1 Pengertian Harga Diskon	12
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Diskon	13
2.2.3 Faktor-Faktor Pemberian Harga Diskon.....	13
2.2.4 Indikator Harga Diskon	14
2.3 Impulse Buying	15
2.3.1 Pengertian Impulse Buying.....	15
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	16
2.3.3 Indikator <i>Impulse Buying</i>	16
2.3.4 Game Online	17
2.3.5 Mobile Legend.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.5 Kerangka Konseptual.....	24
2.6 Pengembangan Hipotesis	25
<i>BAB III</i>.....	26
<i>METODE PENELITIAN</i>	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data.....	26
3.2.1 Data Primer	26
3.2.2 Data Sekunder.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel	27
3.4. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	29
3.4.1 Variabel Penelitian.....	29
3.4.2 Operasional Variabel Penelitian	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Instrumen	34

3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	37
3.6.4 Uji Hipotesis	37
BAB IV.....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil	40
4.1.1 Pre-Test Kuesioner	40
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden.....	42
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	45
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.1.5 Uji Hipotesis	51
4.2 Pembahasan.....	55
4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap <i>Impulse Buying</i>	55
4.2.2 Pengaruh Harga Diskon Terhadap <i>Impulse Buying</i>	56
4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Diskon Terhadap <i>Impulse Buying</i>	56
BAB V.....	58
KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1. Data dan tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2022 di seluruh dunia	1
Gambar 1 2. Data tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2022 di Indonesia	2
Gambar 1 3. Fenomena Game Online pada Anak Generasi Z	3
Gambar 1 4. Distribusi e-sports mobile di Asia	4
Gambar 1 5. Generasi Z di Indonesia.....	5

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1. Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4 2. Hasil Uji Reabilitas	42
Tabel 4 3 Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4 4. Hasil Uji Descriptive Statistics	45
Tabel 4 5 Diagram Histogram.....	46
Tabel 4 6 Diagram P-Plot.....	47
Tabel 4 7. Hasil Uji Heteoskedastitas	48
Tabel 4 8. Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4 10. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	53
Tabel 4 11. Hasil Uji Determinasi Koefesien Berganda	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner	66
Lampiran 1. 2 Hasil Kuesioner	71
Lampiran 1. 3 Tabel Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 1. 4 Tabel Hasil Uji Reabilitas	72
Lampiran 1. 5 Karakteristik Responden	74
Lampiran 1. 6 Hasil Descriptive Static	74
Lampiran 1. 7 Diagram Histogram	75
Lampiran 1. 8 Diagram Scatter Plot	75
Lampiran 1. 9 Uji Heteroskedastisitas	76
Lampiran 1. 10 Uji Multikolinearitas	76
Lampiran 1. 11 Hasil Uji Linier Berganda	77
Lampiran 1. 12 Uji Parsial (T).....	77
Lampiran 1. 13 Uji Simultan (F)	78
Lampiran 1. 14 Koefisien Berganda R2	78