

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DITINJAU DARI FAKTOR MODEL
HAWKINS TERHADAP MINAT BELI *STARLIGHT MEMBER*
(STUDI KASUS *GAME MOBILE LEGEND*)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memeroleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Daffa Rizky Sahna Putra

1191003015

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

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Daffa Rizky Sahna Putra

NIM : 1191003015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Mei 2025

HALAMAN PENGESAHAN

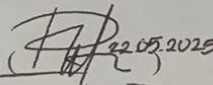
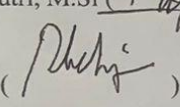
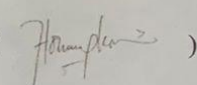
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Daffa Rizky Sahna Putra
NIM : 1191003015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Ditinjau Dari Faktor Model Hawkins Terhadap Minat Beli Starlight Member (Studi Kasus Game Mobile Legend)

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana (*pilih salah satu*) pada Program Studi Ilmu Komunikasi (*diisi prodi masing-masing*), Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial (*diisi fakultas masing-masing*), Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si ()
Pembahas 1 : Rizky Hafiz Chaniago ()
Pembahas 2 : Hanny Nurahmawat ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 22 Mei 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah *memberikan* rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “ Studi Kasus Perilaku Konsumen Ditinjau Dari Faktor Model Hawkins Terhadap Minat Beli *Starlight Member* Pada Game Mobile Legend “ sebagai syarat pemenuhan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis mendapatkan banyak pelajaran dan pengalaman berharga dari mata kuliah maupun organisasi. Penulis menyadari bahwa proses menyelesaikan tugas akhir ini tidaklah mudah dan mengalami banyak kendala. Namun berkat bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir ini dapat selesai. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Orang Tua

Terima kasih kepada Mama yang selalu *support* dan doa yang selalu diberikan penuh selama ini. Terima kasih kepada Ayah yang selalu mendoakan dan *memberikan* semangat dan pengertian dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima Kasih sudah mau sabar menunggu untuk menyelesaikan tugas akhir ini, akhirnya tugas akhir ini bisa selesai Ma, Yah dan bisa jadi sarjana.

2. Dianingtyas Murtanti Putri,M.Si

Terima kasih kepada Ms. Dian selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar untuk menghadapi sifat dan kesalahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Melalui Ms. Dian penulis dapat lebih mengerti dengan apa yang ditulis oleh penulis dalam tugas akhir ini. Penulis juga mendapatkan banyak Pelajaran dan kesempatan dalam hal akademik maupun non-akademik.

3. Pihak Terkait

Terima Kasih kepada Pak Ahmad Sadariskar selaku triangulator yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu serta pengalaman kepada penulis sehingga penelitian ini dapat selesai. Terima kasih pula kepada Tony, Razaqi, dan Mas Andi Okta atas waktu dan kerja sama selama pengumpulan data hingga penelitian ini dapat diselesaikan. Semoga segala kemurahan hati yang telah diberikan kepada penulis dapat berbuah baik kepada semua pihak.

4. Clarissa Nur Aprilliani

Terima kasih kepada Clarissa yang telah membantu untuk meluangkan waktunya dalam pengerjaan penelitian ini. Penulis berterima kasih atas segala dukungan, bantuan, motivasi dalam semasa pengerjaan penelitian ini. Terima kasih telah menjadi pendengar atas keluh kesah yang terjadi semasa pengerjaan penelitian ini sehingga penelitian ini akhirnya dapat diselesaikan. Semoga kamu bisa menyelesaikan juga penelitian yang sedang dibuat dan bisa wisuda di tahun yang sama serta bisa sukses dan lancar dalam perjalanan ke depannya.

5. Teman-Teman Kemana Hari Ini

Penulis juga ucapkan terima kasih kepada teman-teman kemana hari ini yaitu; Ari, Sandro, Robi, Farid, Abin, Faris, Bagus, Ray, Hani, Sellia, Widya, Safana, terima kasih sudah selalu mengingatkan untuk menyelesaikan penelitian ini, terima kasih sudah mau membantu untuk mencari ide dan selalu *support* penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga kalian semua sukses dan lancar serta semakin dewasa dan kurang-kurangi hal-hal bercanda yang ke kanak-kanakan ya *guys*.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Daffa Rizky Sahna Putra

NIM : 1191003015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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: “ Analisis Perilaku Konsumen Ditinjau Dari Faktor Model Hawkins Terhadap Minat Beli Starlight Member (Studi Kasus Game Mobile Legend)”. 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 : 30 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Daffa Rizky Sahna Putra

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DITINJAU DARI FAKTOR MODEL
HAWKINS TERHADAP MINAT BELI *STARLIGHT MEMBER*
(STUDI KASUS *GAME MOBILE LEGEND*)**

Daffa

ABSTRAK

Selama pandemi, game online menjadi sumber penghasilan bagi banyak orang, seperti menjadi joki game atau konten kreator di YouTube, yang turut mendukung ekonomi kreatif. Industri ini bahkan menjadi penyumbang ke-7 terbesar PDB ekonomi kreatif Indonesia pada 2020. Pembelian virtual items seperti *Starlight Member* di Mobile Legends dipengaruhi oleh faktor psikologis, termasuk motivasi, persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan dan Sikap, Ekspektasi, dengan daya tarik utama berupa produk eksklusif berjangka waktu. Penelitian kualitatif yang melibatkan wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa faktor psikologis dalam model Hawkins, khususnya persepsi, motivasi, dan ekspektasi, sangat dominan dalam keputusan pembelian konsumen. Ketertarikan, keinginan, dan perhatian menjadi tiga aspek utama yang mencerminkan minat beli terhadap produk ini. Selain itu, konten kreator yang mereview skin atau item virtual lainnya berkontribusi dalam mendorong pembelian, memperkuat perilaku konsumtif pemain. Fenomena ini menegaskan peran penting faktor psikologis dalam keputusan pembelian konsumen di game online dan relevansinya bagi perkembangan ekonomi kreatif.

Kata Kunci : Game Online, Mobile Legends, *Starlight Member*, Faktor Psikologis, Model Hawkins, Minat Beli.

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DITINJAU DARI FAKTOR MODEL
HAWKINS TERHADAP MINAT BELI *STARLIGHT MEMBER*
(STUDI KASUS *GAME MOBILE LEGEND*)**

Daffa

ABSTRACT

During the pandemic, online gaming became a source of income for many, such as game boosters and YouTube content creators, contributing to the creative economy. The gaming industry ranked as the 7th largest contributor to Indonesia's creative economy GDP in 2020. Purchases of virtual items like the Starlight Member in Mobile Legends are influenced by psychological factors, including motivation, perception, Learning, trusted and attituted, expectations, with a key attraction being exclusive, time-limited products. Qualitative research involving interviews, and documentation revealed that within Hawkins' psychological model, perception, motivation, and expectations are dominant factors driving consumer purchasing decisions. Interest, desire, and attention are the three main aspects reflecting buying interest in these products. Additionally, content creators reviewing skins or other virtual items significantly influence consumer behavior and encourage purchases, reinforcing players' consumptive tendencies. This phenomenon highlights the critical role of psychological factors in purchasing decisions in online gaming and their relevance to the growth of the creative economy.

Keywords: Online Games, Mobile Legends, *Starlight Member*, Psychological Factors, Hawkins Model, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSAKA	14
2.1 Konsep Yang Relevan	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2 Consumer Behavior	17
2.1.3 Faktor Psikologis Dalam Model Hawkins	19
2.1.4 Minat Beli	23
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	24
2.3 Model Kerangka Penelitian	44
BAB III METODELOGI PENELITIAN	46
3.1 Desain dan Pendekatan.....	46
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	48
3.3 Pengumpulan Data	49
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	49

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4 Teknik dan Analisis Data	51
3.5 Triangulasi data	51
3.6 Operasional Isu/Konsep.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	54
4.1.1 Mobile Legend.....	54
4.1.2 Subjek Penelitian	56
4.2 Penyajian Data.....	61
4.2.1 Consumer Behavior Pengguna Mobile Legend	62
4.2.2 Perilaku Konsumen.....	65
4.2.3 Minat Beli	72
4.3 Pembahasan dan Diskusi	76
4.3.1 Perilaku Konsumen dari faktor Psikologis model Hawkins	76
4.3.2 Perilaku Konsumen melalui faktor internal Psikologis Hawkins terhadap minat beli	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Kendala dan Batasan	88
5.3 Saran dan Implikasi	89
5.3.1 Saran Teoritis.....	89
5.3.2 Saran Praktis	89
LAMPIRAN 1	90
DAFTAR PUSAKA.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0.1 Free Fire	6
Gambar 1.0.2 Game Paling Disukai di Indonesia	7
Gambar 1.0.3 Logo Game Mobile Legend.....	7
Gambar 1.0.4 Sensor tower grafik peningkatan unduhan Game Mobile Legend	8
Gambar 1.0.5 Starlight Member Game Mobile Legend.....	9
Gambar 1.0.6 Monthly Hero Promo Bundle, Topup Diamond Mobile Legends and Starlight Bundle.....	10
Gambar 2.0.1 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.0.1 Andi Oktananda	57
Gambar 4.0.2 Tony Eka Wijaya	58
Gambar 4.0.3 Zaki	59
Gambar 4.0.4 Dimas Prihandoko	60
Gambar 4.0.5 Ahmad Sadariskar.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TRANSKIP WAWANCARA - INFORMAN I.....	90
LAMPIRAN 2 TRANSKIP WAWANCARA – INFORMAN II.....	94
LAMPIRAN 3 TRANSKIP WAWANCARA - INFORMAN III.....	97
LAMPIRAN 4 TRANSKIP WAWANCARA - TRIGULATOR	100
LAMPIRAN 5 Pertanyaan Narasumber <i>gamers</i> Mobile Legend.....	103
LAMPIRAN 6 Pertanyaan Trigulator.....	104