

**PERAN IDENTIFIKASI KOMUNITAS DAN KELOMPOK
REFERENSI TERHADAP KONSUMSI SIMBOLIS BARANG
VIRTUAL PADA PEMAIN COMPETITIVE MOBILE
LEGENDS PENDEKATAN MIX METHOD**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



Yasmin Hamidah

1221001056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

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 : Yasmin Hamidah

NIM 1221001056

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Juni 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yasmin Hamidah

NIM 1221001056

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : Peran Identifikasi Komunitas dan Kelompok Referensi terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual pada Pemain Competitive Mobile Legends Pendekatan Mix Method.

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Raden Aryo Febrian, S.E., M.M.

()

Penguji I : Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M

()

Penguji II : Ir. Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MSi

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, dan dukungan berbagai pihak.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-Nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
3. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
4. Raden Aryo Febrian, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan selama penyusunan Tugas Akhir;
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan;
6. Para responden dan informan penelitian, khususnya MLBB Indonesia yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga dan fikiran untuk data dan pengalaman yang diperlukan dalam penelitian.
7. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun material; dan

8. Kepada Rahma Arifa Putri dan Shakira Maharani Putri yang telah kebersamaan selama kurang lebih enam tahun. Terima kasih atas dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan.
9. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada Therecia Casanita, Dinda Nadya Nurhaliza, dan Rofiah Nur Kasih atas segala pengalaman, ide, dan waktu yang telah mereka luangkan untuk membantu saya menyelesaikan proposal Tugas Akhir ini.
10. Untuk diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan dan menyelesaikan proses ini hingga akhir. Meskipun tidak selalu mudah, terus berusaha. Segala usaha, lelah dan keraguan, yang pernah ada, pada akhirnya Menjadi bagian dari perjalanan yang membawa saya sampai di titik ini.
11. Teman teman mabar online saya dan soobin yang telah menjadi salah satu bagian dari penelitian ini, dan yang selalu menginspirasi, menghibur, membantu penulis untuk bisa naik rank lebih cepat di dalam game.
12. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian perilaku konsumen pada komunitas gaming.

Jakarta, 30 Juni 2026



Yasmin Hamidah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Yasmin Hamidah

NIM : 1221001056

Program Studi : Manajemen 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 RoyaltyFree Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Peran Identifikasi Komunitas dan Kelompok Referensi terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual pada Pemain Competitive Mobile Legends Pendekatan Mix Method 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 Juni 2026

Yang menyatakan



(Yasmin Hamidah)

**PERAN IDENTIFIKASI KOMUNITAS DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KONSUMSI SIMBOLIS BARANG VIRTUAL PADA
PEMAIN COMPETITIVE MOBILE LEGENDS PENDEKATAN MIX
METHOD**

Yasmin Hamidah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh identifikasi komunitas dan kelompok referensi terhadap konsumsi simbolis barang virtual serta menjelaskan makna dan mekanisme sosial konsumsi tersebut pada pemain competitive Mobile Legends: Bang Bang yang tergabung dalam squad. Istilah pemain competitive digunakan secara operasional untuk pemain ranked aktif yang bermain sekurang-kurangnya tiga kali per minggu, bukan khusus atlet esports profesional. Penelitian mempertahankan mixed methods dengan desain sequential explanatory karena tahap kuantitatif berfungsi konfirmatori untuk menguji H1 sampai H3, sedangkan tahap kualitatif menjawab tujuan keempat dan menjelaskan hasil statistik. Tahap kuantitatif melibatkan 110 responden yang memenuhi kriteria purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Tahap kualitatif melibatkan enam informan melalui wawancara semi-terstruktur yang dianalisis secara tematik dan diintegrasikan dengan hasil kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi komunitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi simbolis barang virtual dengan standardized beta sebesar 0,453 dan signifikansi $< 0,001$. Kelompok referensi juga berpengaruh positif dan signifikan dengan standardized beta sebesar 0,407 dan signifikansi $< 0,001$. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan F hitung sebesar 48,947 dan R Square sebesar 0,478. Temuan kualitatif menunjukkan bahwa squad membentuk rasa memiliki, menyediakan informasi dan pembandingan, serta memberi makna identitas, estetika, kepercayaan diri, dan status pada item virtual. Skin tidak meningkatkan performa objektif, tetapi dapat memberi manfaat pengalaman berupa personalisasi avatar, kesenangan, identifikasi diri, dan persepsi kompetensi. Implikasi penelitian menekankan tanggung jawab bersama: pemain perlu mengelola pengeluaran,

sedangkan produsen perlu menerapkan monetisasi yang transparan, adil, dan tidak eksploitatif sesuai semangat ESG dan SDG 12.

Kata Kunci: identifikasi komunitas, kelompok referensi, konsumsi simbolis, barang virtual, Mobile Legends: Bang Bang, mixed methods, konsumsi bertanggung jawab

**PERAN IDENTIFIKASI KOMUNITAS DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KONSUMSI SIMBOLIS BARANG VIRTUAL PADA
PEMAIN COMPETITIVE MOBILE LEGENDS PENDEKATAN MIX
METHOD**

Yasmin Hamidah

ABSTRACT

This study examines the effects of community identification and reference groups on the symbolic consumption of virtual goods and explains the meanings and social mechanisms underlying such consumption among competitive Mobile Legends: Bang Bang players in squad communities. The term competitive is operationally defined as active ranked players who play at least three times per week, rather than professional esports athletes only. The study retains a sequential explanatory mixed-methods design because the quantitative stage serves a confirmatory function for H1 to H3, while the qualitative stage addresses the fourth objective and explains the statistical findings. The quantitative stage involved 110 purposively selected respondents and multiple linear regression. The qualitative stage involved six informants, semi-structured interviews, thematic analysis, and integration with the quantitative findings. Community identification had a positive and significant effect on symbolic consumption (standardized beta = 0.453; $p < 0.001$), as did reference groups (standardized beta = 0.407; $p < 0.001$). Jointly, both predictors were significant ($F = 48.947$; $R \text{ Square} = 0.478$). Qualitative findings show that squads foster belonging, provide information and comparison, and attach identity, aesthetic, confidence, and status meanings to virtual items. Skins do not improve objective performance, but may provide experiential benefits through avatar personalization, enjoyment, self-identification, and perceived competence. The implications emphasize shared responsibility: players should manage spending, while producers should implement transparent, fair, and non-exploitative monetization consistent with ESG principles and SDG 12.

Keywords: community identification, reference group, symbolic consumption, virtual goods, Mobile Legends: Bang Bang, mixed methods, responsible consumption

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Identifikasi Komunitas	12
2.1.2 Kelompok Referensi.....	13
2.1.3 Konsumsi Simbolis Barang Virtual.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel	22

2.3.1 Hubungan Identifikasi Komunitas terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual.....	22
2.3.2 Hubungan Kelompok Referensi terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual	22
2.3.3 Hubungan Identifikasi Komunitas dan Kelompok Referensi secara Bersama-sama terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual	23
2.4 Kerangka Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan <i>Sampling</i>	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 <i>Sampling</i>	28
3.4 Instrumen Penelitian.....	31
3.4.1 Instrumen Kuantitatif (Kuesioner)	31
3.4.2 Instrumen Kualitatif (Pedoman Wawancara)	32
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.5.1 Teknik Analisis Data Kuantitatif.....	32
3.5.2. Uji Instrumen.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.5.5 Uji Hipotesis.....	35
3.5.6 Analisis Data Kualitatif.....	36
3.5.7 Integrasi Data Kuantitatif dan Kualitatif.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Penelitian	38
4.1.1 Realisasi Data Kuantitatif.....	38
4.1.2 Profil Responden Kuantitatif.....	39
4.2 Hasil Analisis Kuantitatif	40
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian.....	40
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	43
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	45

4.2.4 Uji Hipotesis.....	46
4.3 Temuan Kualitatif.....	47
4.3.1 Identifikasi Komunitas: Rasa Memiliki, Tujuan Bersama, dan Kebanggaan Squad	49
4.3.2 Kelompok Referensi: Informasi, Persuasi, dan Pengaruh yang Tidak Selalu Memaksa	50
4.3.3 Konsumsi Simbolis: Identitas, Kepercayaan Diri, Estetika, dan Status	52
4.3.4 Integrasi Temuan Kuantitatif dan Kualitatif.....	53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.4.1 Pengaruh Identifikasi Komunitas terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual.....	54
4.4.2 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Konsumsi Simbolis Barang Virtual	56
4.4.3 Pengaruh Identifikasi Komunitas dan Kelompok Referensi secara Bersama-sama	57
4.4.4 Makna Konsumsi Simbolis dan Faktor di Luar Model	57
4.4.5 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab dalam Perspektif ESG dan SDG	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Penelitian.....	62
5.2.1 Implikasi Teoritis	62
5.2.2 Implikasi Praktis dan Manajerial.....	63
5.2.3 Kontribusi Penelitian	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	64
5.4 Saran.....	65
5.4.1 Saran Manajerial.....	65
5.4.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Ide Penelitian.....	25
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.2 1 Identikasi Komunitas.....	28
Tabel 3.2 2 Kelompok Referensi.....	28
Tabel 3.2 3 Konsumsi Simbolis Barang Virtual.....	29
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Kriteria Inklusi.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Identifikasi Komunitas	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konsumsi Simbolis Barang Virtual.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Residual.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	45
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.10 Hasil Uji F (ANOVA)	47
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.12 Ringkasan Pengujian Hipotesis	48
Tabel 4.13 Ringkasan Profil Informan	50
Tabel 4.14 Integrasi Temuan Kuantitatif dan Kualitatif.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Kuesioner Responden.....	74
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner pada Google Form	94
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Kualitatif.....	109
Lampiran 4 Profil Informan dan Transkrip Wawancara	111