

**ANALISIS PENGARUH DESIGN DAN SALES PROMOTION YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP BARANG
VIRTUAL DALAM GAME ONLINE (MOBILE LEGENDS)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen



DISUSUN OLEH :

VINCENSIUS ARIO STEPEN GINTING

1171001008

JURUSAN MANAGEMENT

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

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 : VINCENSIUS ARIO STEPEN GINTING

NIM : 1171001008

Tanda Tangan :



Tanggal : 9 FEBUARI 2022

Halaman Pengesahan

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vincensius Ario Stepen Ginting

NIM : 1171001008


Program Studi : Management


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Design dan Sales Promotion Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Barang Virtual Dalam Game Online (Mobile Legend)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muhamad Amin, S.T., M.M.S.I., Dr. ()

Penguji : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. ()

Penguji : Aryo Moedanton S.M., M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Febuari 2022

Ungkapan Terima Kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Pengaruh Design dan Sales Promotion Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Barang Virtual Dalam Game Online (Mobile Legend)”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam mendukung dan membantu peneliti selama pelaksanaan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Ibu dan ayah sebagai orang tua yang luar biasa yang tidak henti-henti nya memberikan dukungan baik dari materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie dan selaku dosen penguji I Bapak Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. dan Bapak Aryo Moedanton S.M., M.M.. selaku dosen penguji II.
3. Bapak Muhamad Amin, S.T., M.M.S.I., Dr selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Para Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
5. Nina Eka Putri Yani yang senantiasa selalu mendukung serta membantu dalam proses menerbitkan skripsi.
6. Seluruh keluarga yang memberi dukunan serta doa kepada saya.
7. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.

8. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 9 Febuari 2022



Vincensius Ario Stepen Ginting

Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi

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

Nama : Vincensius Ario Stepen Ginting

NIM : 1171001008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

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

**“ANALISIS PENGARUH DESIGN DAN SALES PROMOTION YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP BARANG
VIRTUAL DALAM GAME ONLINE (MOBILE LEGENDS) ”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, 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 : 9 Febuari 2022

Jakarta, 9 Febuari 2022



Vincensius Ario Stepen Ginting

ANALISIS PENGARUH DESIGN DAN SALES PROMOTION YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP BARANG VIRTUAL DALAM GAME ONLINE (MOBILE LEGENDS)

Vincensius¹

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah factor design dan sales promotion memengaruhi minat beli konsumen dalam membeli barang virtual dalam game mobile legends. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistic multinomial untuk mengetahui ukuran dari factor yang memengaruhi minat beli. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dimana data primer dalam penelitian ini yaitu jawaban atas respon dari responden penelitian ini, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal jurnal. Untuk sampel dalam penelitian ini yaitu pemain game online Mobile Legends, dengan Teknik pengambilan sample menggunakan probability sampling dengan random sampling. Dalam penelitian ini membahas tentang barang virtual, dimana barang virtual dalam game mobile legends yaitu salah satunya skin. Barang virtual berbeda dengan barang konvensional, dimana barang virtual merupakan barang yang dapat kita rasakan manfaatnya secara virtual, sedangkan barang konvensional merupakan barang yang dapat dirasakan manfaatnya secara langsung dan nyata. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji parsial, uji serentak, dan determinan. Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini membenarkan jika terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara design produk dan sales promotion terhadap minat beli. Dengan pengujian serentak dengan hasil bahwa design produk dan sales promotion mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap minat beli. Dengan hasil analisis regresi multinomial logistic bahwa minat beli secara signifikan dipengaruhi oleh factor design dan sales promotion dengan kategori jawaban responden sangat setuju.

Kata Kunci: Design Produk, Sales Promotion, Minat Beli

¹ Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF DESIGN AND SALES PROMOTIONS THAT INFLUENCE CONSUMER BUYING INTEREST TO VIRTUAL GOODS IN ONLINE GAMES (MOBILE LEGENDS)

Vincensius²

Abstract

This study aims to determine whether design and sales promotion factors affect consumer buying interest in buying virtual goods in the mobile legends game. This study uses multinomial logistic regression analysis to determine the size of the factors that influence buying interest. This study uses primary and secondary data, where the primary data in this study are the answers to the responses of the respondents of this study, while the secondary data in this study were obtained from journals. For the sample in this study, the players of the online game Mobile Legends, with the sampling technique using probability sampling with random sampling. In this study, we discuss virtual goods, where virtual goods in the mobile legends game are skins. Virtual goods are different from conventional goods, where virtual goods are goods that we can feel the benefits of virtually, while conventional goods are goods that can be directly and real benefits. To test the hypothesis in this study using partial tests, simultaneous tests, and determinants. The results obtained in this research confirm that there is a positive and significant influence between product design and sales promotion on buying interest. With simultaneous testing with the results that product design and sales promotion have a joint influence on buying interest. With the results of multinomial logistic regression analysis that buying interest is significantly influenced by design factors and sales promotion with the category of respondents' answers strongly agree.

Keywords: Product Design, Sales Promotion, Buying Interest

² Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
Halaman Pengesahan	ii
Ungkapan Terima Kasih	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Abstrak	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Game.Online	11
2.1.3 Mobile Legend	13
2.1.4 Barang Virtual.....	19
2.1.5 Design Produk.....	21
2.1.6 Sales Promotion	25
2.1.7 Minat Beli	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35

2.3.1	Hubungan Design produk dan Minat Beli Konsumen.....	36
2.3.2	Hubungan antara Sales Promotion dan Minat Beli konsumen	37
2.3.3	Hubungan antara Design dan Sales Promotion terhadap minat beli konsumen	38
2.4	Hipotesis.....	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Metode Penelitian.....	41
3.2	Ruang dan Lingkup Penelitian	41
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.4	Populasi, Sampel, dan Sampling	48
3.5	Metode Pengumpulan Data dan Jenis	50
3.6	Instrumen Penelitian.....	51
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reabilitas	51
3.7	Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1	Analisis Deskriptif	52
3.7.2	Uji Kesesuaian Model.....	52
3.7.3	Uji Regresi Logistik Multinomial.....	53
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN TEMUAN.....	56
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.2	Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	57
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2	Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	60
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Design (X1).....	60
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Sales Promotion (X2).....	63
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	66
4.4	Hasil Penelitian Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
4.4.1	Uji Validitas	68
4.4.2	Uji Reliabilitas	69

4.5	Hasil Penelitian UjiNormalitas/Uji Kecocokan Model	71
4.6	Uji Multinomial RegresiLogistik	72
4.6.1	Uji t / Uji Parsial	72
4.6.2	UjiSerentak	73
4.6.3	Interprestasi Analisis Regresi Logistik Multinomial	74
4.6.4	Analisis Korelasi Spearman	76
4.6.5	Determinan (R Square)	81
4.7	Pembahasan Penelitian	81
4.7.1	Pengaruh Design (X1) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Barang Virtual Dalam Game Online (MOBILE LEGENDS)	81
4.5.2	Pengaruh Sales Promotion (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Barang Virtual Dalam Game Online (MOBILE LEGENDS)	82
4.5.3	Pengaruh Design (X1) dan Sales Promotion (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Barang Virtual Dalam Game Online (MOBILE LEGENDS)	83
BAB V		84
KESIMPULAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Batasan Penelitian	85
5.3	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.01 Skin Mobile Legend.....	18
-------------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Perempuan	57
Grafik 4.2 Usia.....	58
Grafik 4.3 Pekerjaan	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Variabel.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN. 1 VALIDITAS	90
LAMPIRAN. 2 RELIABILITAS.....	91
LAMPIRAN. 3 JENIS KELAMIN	92
LAMPIRAN. 4USIA	92
LAMPIRAN. 5 JENIS PEKERJAAN	93
LAMPIRAN. 6 KARAKTERISTIK VARIABEL.....	93
LAMPIRAN. 7ANALISIS REGRESI MULTINOMIAL LOGISTIK.....	96
LAMPIRAN. 8 ANALISIS KORELASI.....	99