

**PENGARUH DISKON, *INFLUENCER MARKETING*,
DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKIN GAME MOBILE LEGENDS***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
Davids Nico Saputra
20022000264**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Davids Nico Saputra
Nomor Pokok : 20022000264
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

PENGARUH DISKON, *INFLUENCER MARKETING*, DAN NILAI EMOSIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN GAME MOBILE LEGENDS*

Malang, 1 Desember 2023

Ketua Program Studi



Irany Windhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Dr. Umu Khourroh, SE., M.Si.

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH DISKON, INFLUENCER MARKETING, DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN GAME MOBILE LEGENDS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DAVIDS NICO SAPUTRA

20022000264

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

Pada tanggal 17 Januari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dr. Umu Khourah, M. Si.

Sekretaris Penguji



Prof. Dr. Fajar Supanto, M. Si.

Anggota Penguji



Dr. M. C. Sina Setyadi, MBA.

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 02 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, M. Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Davids Nico Saputra

NIM : 20022000264

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, *Influencer marketing*, dan Nilai Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Skin *Game Mobile legends*

Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Jl. Raya Blitar, RT 08/RW 03,Dsn. Kunjang, Ds. Kunjang, Kec. Ngancar, Kab. Kediri.

No. Telp : 082232714166

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat, Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Februari 2024

Peneliti

10000
METERAI
TEMPEL
C * D2AALX084691919
Davids Nico Saputra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Davids Nico Saputra
Nomor Pokok	: 20022000264
Universitas	: Universitas Merdeka Malang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir	: Kediri, 19 Desember 2001
Alamat	: RT 08/ RW 03 Dsn Kunjang, Ds Kunjang, Kec Ngancar, Kab Kediri
Nama Orang Tua (Ayah)	: Eko Putranto
(Ibu)	: Dwi Prihatin
Riwayat Pendidikan	: TK Tabitha Sindurejo : 2006 - 2008
	SD YBPK Sindurejo : 2008 - 2014
	SMPN 1 Wates : 2014 – 2017
	SMAN 1 Wates : 2017 – 2020
	Universitas Merdeka Malang : 2020 – 2024

KATA PENGANTAR

Dengan limpahan rahmat-Nya, penulis bersyukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena sudah memudahkan penulis guna menuntaskan pembuatan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Diskon, *Influencer marketing*, dan Nilai Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Skin *Game Mobile legends*"**

Dalam rangka memenuhi persyaratan meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Prodi Manajemen, FEB Universitas Merdeka Malang, penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir. Tuntasnya penulisan ilmiah terlepas dari dorongan dari banyak pihak, maka dalam bagian ini penulis ingin berterimakasih banyak pada seluruh elemen, terkhusus pada:

1. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan FEB Universitas Merdeka Malang
2. Irany Widhyastiti, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB Universitas Merdeka Malang.
3. Dr.Umu Khourroh, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing telah memberikan bimbingan yang luar biasa mulai dari penyusunan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini
4. Seluruh Staf pengajar dan Karyawan FEB Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua, Ayah Tercinta Alm. Eko Putranto, Ibu Tercinta Dwi Prihatin, Kakak Ike Arindra Maya yang selalu memberikan doa, dukungan serta dorongan tanpa henti selama ini.
6. Berlian Mayang Bestari yang terus memberikan bantuan atas proses pengerjaan dan memberikan dukungan serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh teman yang sudah memberi motivasi dan semangatnya dalam penuntasan skripsi ini, sesuai dengan harapan.
8. Seluruh elemen yang terlibat, dan penulis tak dapat menjabarkannya satu-satu.

Semoga Tuhan senantiasa rahmat-Nya sebagai balasan atas kebaikan dari semua pihak yang terlibat. Sebagai penutup, diingatkan bahwasanya tak ada yang bisa sempurna di dunia ini. Begitu juga skripsi ini, penulis sadar bahwasanya banyak kurangnya dan harus disempurnakan, baik dari segi materi maupun susunannya. Maka, penulis menginginkan adanya saran dan kritik pada seluruh pihak untuk memperbaiki kekurangan skripsi ini. Penulis meminta maaf bila ada kekeliruan kata dan ketikan dalam kajian ini. Penulis mengharapkan kajian ini memberikan manfaat kepada pembaca umumnya dan terkhusus para mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang.

Malang, 12 Desember 2023

Penulis



Davids Nico Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Perilaku Pembelian Konsumen	7
2. <i>Game Online</i>	8
3. Diskon	9
4. <i>Influencer marketing</i>	11
5. Nilai Emosional.....	14
6. Keputusan Pembelian.....	15
B. Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Penelitian Terdahulu.....	20
2. Kerangka Penelitian.....	22
3. Pengembangan Hipotesis.....	23
BAB III : METODE PENELITIAN.....	26
A. Definisi Operasional Variabel.....	26
B. Lingkup Penelitian	27

C. Lokasi Penelitian	27
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	27
E. Jenis dan Sumber Data	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3. Skala Likert	30
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasar atas Jenis Kelamin	35
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasar atas Usia	36
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasar atas Waktu Bermain	37
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasar atas Jumlah Uang Saku	37
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasar atas Dana untuk Alokasi Kuota.....	38
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasar atas Dana untuk Alokasi Skin	39
Tabel 10. Deskripsi Variabel Diskon (X1).....	40
Tabel 11. Deskripsi Variabel <i>Influencer marketing</i> (X2).....	42
Tabel 12. Deskripsi Variabel Nilai Emosional (X3)	44
Tabel 13. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 14. Uji Validitas	51
Tabel 15. Nilai Alpha Cronbach Variabel	53
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 18. Hasil Uji Analisa Linier Berganda SPSS	57
Tabel 19. Hasil Uji F	59
Tabel 20. Hasil Uji t (Parsial).....	60
Tabel 21. Hasil Determinasi (R-Square)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Statistik Pemain <i>Mobile legends</i>	1
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner.....	76
Lampiran 3. Output SPSS.....	90
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	99
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	100
Lampiran 6. Surat Hasil Cek Turnitin.....	101
Lampiran 7. Hasil Cek Similarity Turnitin.....	102

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu indikator keberhasilan sebuah perusahaan titik keputusan pembelian yang semakin tinggi dapat berpengaruh pada semakin berhasilnya perusahaan. Titik tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh diskon, *influencer marketing* dan nilai emosional secara individual terhadap keputusan pembelian skin *game mobile legends* pada Universitas Merdeka Malang. *Game online* adalah permainan yang dapat dimainkan oleh banyak pemain secara bersamaan secara *online* (melalui internet) dan dapat dimainkan melalui handphone maupun computer yang dapat dimainkan secara tim maupun individu, Diskon adalah insentif yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli sebagai imbalan atas tindakan tertentu yang diambil oleh pembeli, seperti melakukan pembayaran tagihan segera, melakukan pembelian dalam jumlah besar, atau melakukan pembelian di luar periode permintaan tinggi atau masalah saat ini, *Influencer* adalah orang-orang yang bekerja di beberapa platform media sosial sekaligus, termasuk Instagram, YouTube, Twitter, dan berbagai blog profesional dan bisnis, Nilai emosional pada dasarnya terkait dengan perasaan, khususnya perasaan senang yang akan dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner yang dibagikan melalui Google form dan diisi oleh para responden. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Merdeka Malang dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu diskon, *influencer marketing* dan nilai emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta variabel nilai emosional menjadi variabel paling dominan hal tersebut terjadi karena pengembang game memberikan *trial* sehingga para pemain bisa merasakan penggunaan skin *game mobile legends*.

Kata kunci : Diskon, *Influencer*, Emosional, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Purchasing decisions are one indicator of a company's success. A higher purchasing decision point can influence the company's success. The aim of this research is to determine the influence of discounts, influencer marketing and individual emotional value on the decision to purchase mobile legends game skins at Merdeka University, Malang. Online games are games that can be played by many players simultaneously online (via the internet) and can be played via cellphone or computer which can be played as a team or individually. Discounts are incentives offered by sellers to buyers in return for certain actions taken by them. buyers, such as making immediate bill payments, making large purchases, or making purchases outside of periods of high demand or current issues, Influencers are people who work on multiple social media platforms at once, including Instagram, YouTube, Twitter, and various professional and business blogs, Emotional value is basically related to feelings, especially the feelings of pleasure that consumers will feel after making a purchase. The data collection method used was through a questionnaire distributed via Google form and filled in by the respondents. The sample in this research were students at Merdeka University Malang with a total sample of 110 respondents. The analysis method used is regression analysis with the help of the SPSS program. The results of this research show that the three independent variables, namely discounts, influencer marketing and emotional value, have a positive and significant influence on purchasing decisions, and the emotional value variable is the most dominant variable. This happens because game developers provide trials so that players can experience the use of mobile game skins. legends.

Keywords: Discounts, Influencer, Emotional, Purchasing Decisions.