

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *CONSUMPTION VALUE THEORY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* TOKEN GAME DOTA
DENGAN MEDIASI *PERCEIVED VALUE***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :
BILLY KURNIAWAN
NPM: 19420174**

SKRIPSI
PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *CONSUMPTION VALUE THEORY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* TOKEN GAME DOTA
DENGAN MEDIASI *PERCEIVED VALUE*

Diajukan Oleh :

BILLY KURNIAWAN

NPM: 19420174

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal 11 Juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal 11 Juli 2025

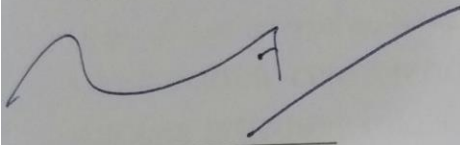
Dipersiapkan dan disusun oleh:

BILLY KURNIAWAN

NPM : 19420174

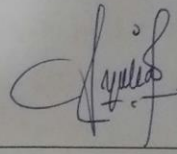
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

DOSEN PEMBIMBING



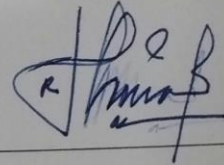
Dr. Adrianto Trimarjono, SE, M.

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



NI. Ketut Yulia Agustin, SE, MM.

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



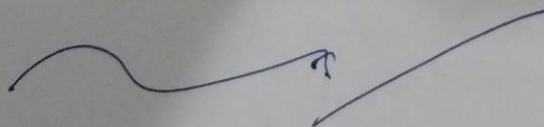
Dr. Titik Inayanti, SE, MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

gelar sarjana manajemen

Tanggal, 22 Agustus 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Billy Kurniawan

NPM : 19420174

Alamat : Graha Family Blok YY - 33

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH FAKTOR-FAKTOR CONSUMPTION VALUE THEORY TERHADAP PURCHASE INTENTION TOKEN GAME DOTA DENGAN MEDIASI PERCEIVED VALUE”** bebas plagiat.

Surabaya, 26 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Billy Kurniawan

NPM : 19420174

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR-FAKTOR CONSUMPTION VALUE THEORY TERHADAP PURCHASE INTENTION TOKEN GAME DOTA DENGAN MEDIASI PERCEIVED VALUE”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program, studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Saat penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak,dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec Gimanto Gunawan, MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Kepada Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan baik dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Rekan-rekan seangkatan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga Tuhan selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikan serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Dengan demikian penulis mengakhiri kata pengantar ini sekaligus sebagai pembuka dari skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

ABSTRAK

Industri permainan PC terus menunjukkan pertumbuhan yang kuat, melalui *microtransactions* dan *virtual goods* menjadi model bisnis yang dominan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *functional value*, *emotional value*, dan *social value* terhadap *purchase intention* untuk *virtual goods* pada game DOTA, dengan *perceived value* sebagai variabel mediasi. Responden dalam penelitian ini adalah 90 pemain game DOTA yang berdomisili di Surabaya, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *functional value*, *emotional value*, dan *social value* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* dan *purchase intention*. Selain itu, *perceived value* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* serta berhasil memediasi hubungan positif antara ketiga variabel nilai (*functional*, *emotional*, dan *social*) terhadap *purchase intention* secara signifikan.

Kata Kunci: *consumption value theory*, *functional value*, *emotional value*, *social value*, *perceived value*, *purchase intention*.

ABSTRACT

The PC gaming industry continues to show strong growth, with microtransactions and virtual goods becoming the dominant business model. This

study aims to analyze the influence of functional value, emotional value, and social value on the purchase intention for virtual goods in the DOTA game, with perceived value as a mediating variable. The respondents in this study were 90 DOTA players residing in Surabaya, selected using a purposive sampling technique. The data analysis method used was Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS application. The results show that functional value, emotional value, and social value each have a positive and significant effect on both perceived value and purchase intention. Furthermore, perceived value was also proven to have a positive and significant effect on purchase intention and successfully mediates the positive relationship between the three value variables (functional, emotional, and social) on purchase intention.

Keywords: consumption value theory, functional value, emotional value, social value, perceived value, purchase intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.5. Sistematika Skripsi	14
BAB 2 TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Consumption Value Theory	16
2.1.2. Perceived Value	23
2.1.3. Purchase Intention	24
2.2. Penelitian Sebelumnya	28
2.3. Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1. Pengaruh Functional Value Terhadap Perceived Value ...	33
2.3.2. Pengaruh Functional Value Terhadap Purchase Intention	34
2.3.3. Pengaruh Emotional Value Terhadap Perceived Value ...	35
2.3.4. Pengaruh Emotional Value Terhadap Purchase Intention	36
2.3.5. Pengaruh Social Value Terhadap Perceived Value	37
2.3.6. Pengaruh Social Value Terhadap Purchase Intention	39
2.3.7. Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention .	40
2.3.8. Pengaruh Functional Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	41
2.3.9. Pengaruh Emotional Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	42

	2.3.10. Pengaruh Social Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	44
	2.4. Kerangka Konseptual	45
BAB 3	METODE PENELITIAN	47
	3.1. Pendekatan Penelitian	47
	3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	47
	3.3. Identifikasi Variabel	49
	3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
	3.4.1. Variabel Eksogen (Bebas)	50
	3.4.2. Variabel Mediasi (Intervening)	51
	3.4.3. Variabel Endogen (Terikat)	52
	3.5. Jenis dan Sumber Data	53
	3.5.1. Jenis Data	53
	3.5.2. Sumber Data	53
	3.6. Prosedur Pengumpulan Data	54
	3.7. Teknik Analisis Data	54
BAB 4	PEMBAHASAN	58
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
	4.2. Deskripsi Responden	60
	4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	63
	4.3.1. Deskripsi Variabel Functional Value	63
	4.3.2. Deskripsi Variabel Emotional Value	64
	4.3.3. Deskripsi Variabel Social Value	65
	4.3.4. Deskripsi Variabel Perceived Value	66
	4.3.5. Deskripsi Variabel Purchase Intention	67
	4.4. Analisis PLS	68
	4.4.1. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	68
	4.4.2. Analisis Model Struktural (Inner Model)	73
	4.5. Pembahasan	78
	4.5.1. Pengaruh Functional Value Terhadap Perceived Value ...	78
	4.5.2. Pengaruh Functional Value Terhadap Purchase Intention	79

	4.5.3. Pengaruh Emotional Value Terhadap Perceived Value ...	81
	4.5.4. Pengaruh Emotional Value Terhadap Purchase Intention	81
	4.5.5. Pengaruh Social Value Terhadap Perceived Value	82
	4.5.6. Pengaruh Social Value Terhadap Purchase Intention	83
	4.5.7. Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention .	84
	4.5.8. Pengaruh Functional Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	85
	4.5.9. Pengaruh Emotional Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	86
	4.5.10. Pengaruh Social Value Terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value	87
BAB 5	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN ...	89
	5.1. Simpulan	89
	5.2. Saran	91
	5.3. Keterbatasan Penelitian	93
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Nilai Pembelian Token Game Global 2019 – 2024	2
Tabel 1.2	Jumlah Pemain Game DOTA di Indonesia Tahun 2019 – 2024 ..	3
Tabel 1.3	Perkembangan Pembelian Token Game DOTA 2 di Indonesia ...	4
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	61
Tabel 4.2	Kategori Penilaian	63
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel Functional Value	64
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Emotional Value	65
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Social Value	65
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Perceived Value	66
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Purchase Intention	67

Tabel 4.8	Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loading)	69
Tabel 4.9	Fornell-Larcker Criterion	70
Tabel 4.10	Cross Loadings	71
Tabel 4.11	Hasil Analisis Composite Reliability dan Cronbach Alpha	72
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Signifikansi Koefisien Jalur (Path) Model Struktural	74
Tabel 4.13	Nilai Koefisien Determinasi atau R Square (R^2) dan Stone-Geisser (Q^2)	77

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1	Outer Model	73
Gambar 4.2	Hasil Analisis Inner Model	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2	Tabulasi Hasil Pengisian Kuesioner	106
Lampiran 3	Hasil Analisis PLS	124