

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, *INFLUENCER*, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ITEM VIRTUAL*
GAME DI TOKO GAME *ONLINE* PADA *PLATFORM* INSTAGRAM
(Studi Pada *Gamers* Surabaya)**



Diajukan Oleh:

Krisna Maulana Sa'id

NPM: 22420086

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, *INFLUENCER*, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ITEM VIRTUAL*
GAME DI TOKO *GAME ONLINE* PADA *PLATFORM* INSTAGRAM
(Studi Pada *Gamers* Surabaya)**

Diajukan oleh:
KRISNA MAULANA SA'ID
NPM : 22420086

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING**



Matheous Tamonsang, SE., MSi.

Tanggal, 4 Februari 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 4 Februari 2026

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, *INFLUENCER*, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ITEM VIRTUAL*
GAME DI TOKO *GAME ONLINE* PADA *PLATFORM* INSTAGRAM
(Studi Pada *Gamers* Surabaya)**

Diajukan oleh:

KRISNA MAULANA SA'ID

NPM : 22420086

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Matheous Tamonsang, SE., MSi.

Anggota Dewan Penguji



Ni Ketut Yulia Agustin, SE.MM



Evianah, SE, M.Si

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 4 Februari 2026**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM
Ketua Program Studi**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 4 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Krisna Maulana Sa'id

22420086

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Influencer, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Game Di Toko Game Online Pada Platform Instagram (Studi Pada Gamers Surabaya)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Kharis Marpurdianto, S.S., M.Hum. selaku Dosen Wali yang sudah membimbing dan membantu mahasiswinya selama 3,5 tahun ini.
5. Matheous Tamonsang, SE., MSi. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan kesabaran dalam membimbing, Terima kasih atas motivasi, arahan, saran, dan semangat yang selalu diberikan selama penulisan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna untuk masa depan saya.
7. Ayah saya tercinta, Alimun. Ibu saya tercinta, Sri Susanti. Serta tante saya tercinta Lia Mustika, Nenek saya tercinta Nasitri, Kakek saya tercinta Sumari dan kakak saya tercinta, Kristina. adik saya tercinta, Kristian Bayu dan Keinara. Terima kasih atas doa, cinta, dan kepercayaan yang telah diberikan selama ini, terima kasih untuk dukungan dan kasih sayangnya sehingga saya bisa lanjut menyelesaikan perkuliahan ini. Tanpa mereka, saya tidak akan berada dititik ini.
8. Sahabat terbaik selama masa kuliah saya, Zizou,Dimas,Satria. Terima kasih karena telah mendengarkan keluh kesah dan saling memotivasi saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini dan tidak memutuskan untuk menyerah walau sesulit apapun yang ada didepanmu.
10. Terakhir, untuk pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan sedikit atau banyak peran dan doa kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih.

Penulis berdoa agar seluruh kebaikan yang telah diberikan kepada penulis nantinya akan dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh sebab itu, masukan dan kritikan sangatlah bermanfaat.

Surabaya, ... Januari 2026

Penulis

(Krisna Maulana Sa'id)

ABSTRAK

Perkembangan industri game online di Indonesia mendorong meningkatnya transaksi pembelian item virtual melalui toko game online, khususnya pada platform Instagram. Item virtual yang bersifat tidak berwujud menyebabkan konsumen tidak dapat mengevaluasi produk secara langsung sebelum membeli, sehingga keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor nonfisik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, influencer, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian item virtual game di toko game online pada gamers Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan gamers di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden pernah mengetahui atau melakukan pembelian item virtual game melalui Instagram. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, influencer, dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian item virtual game. Secara parsial, masing-masing variabel juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, kredibilitas influencer, serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap toko game online berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian item virtual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran digital, khususnya terkait perilaku konsumen pada produk digital, serta menjadi referensi praktis bagi pelaku usaha toko game online dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Kata kunci: harga, influencer, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian

Abstract

The rapid growth of the online gaming industry in Indonesia has led to an increase in virtual item purchases through online game stores, particularly on Instagram. The intangible nature of virtual items prevents consumers from evaluating products physically before purchase, making purchase decisions highly dependent on nonphysical factors. This study aims to analyze the effect of price, influencer, and consumer trust on purchasing decisions of virtual game items in online game stores among gamers in Surabaya. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are gamers in Surabaya. The sampling technique used was purposive sampling, with respondents selected based on their experience or awareness of purchasing virtual game items through Instagram. The data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS software. The results indicate that price, influencer, and consumer trust simultaneously have a significant effect on purchasing decisions of virtual game items. Partially, each variable also shows a significant influence on purchasing decisions. These findings suggest that price suitability, influencer credibility, and consumer trust in online game stores play crucial roles in encouraging consumers to purchase virtual items. This study is expected to contribute theoretically to digital marketing literature, particularly regarding consumer behavior toward digital products, and practically to online game store businesses in developing effective marketing strategies.

Keywords: price, influencer, consumer trust, purchasing decision

DAFTAR ISI

SKRIPSI	
i SKRIPSI	
ii PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
iii KATA PENGANTAR	
iv ABSTRAK	
vii Abstract	
viii	DAFTAR ISI
ix	DAFTAR TABEL.....
xii	DAFTAR LAMPIRAN
xiii	BAB I PENDAHULUAN
1	1.1. Latar Belakang Masalah
5	1.2. Rumusan Masalah
5	1.3. Tujuan penelitian.....
5	1.4. Manfaat penelitian.....
6	1.5. Sistematika Skripsi
8	BAB II TELAAH PUSTAKA
8	2.1. Landasan Teori
8	2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)
9	2.1.2 Harga.....
	2.1.3 Influencer
12	2.1.4 Kepercayaan
15	2.1.5 Keputusan Pembelian
18	

2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.4 Pengaruh Harga, Influencer, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4. Kerangka Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.2.1. Populasi Penelitian	31
3.2.2. Sampel Penelitian	31
3.3 Identifikasi Variabel	33
3.3.1. Variabel Independen (Bebas)	33
3.3.2. Variabel Dependen (Terikat)	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.4.1 Harga.....	33
3.4.2 Influencer	
3.4.3 Kepercayaan Konsumen	
3.4.4 Keputusan Pembelian	
35	
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
3.5.1. Jenis Data.....	35
3.5.2. Sumber Data	36
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1. Uji Validitas	38
3.7.2. Uji Reliabilitas	39
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.7.4. Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7.5 Uji Hipotesis	40
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Karakteristik Responden	44
4.3 Hasil Analisis Data	45
4.3.1 Uji Validitas	45
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik	46
4.3.4 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	50
4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.3.6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	54

4.3. Pembahasan	54
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	54
4.3.2 Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian	55
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.4 Pengaruh Simultan Harga, Influencer, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V KESIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan Penelitian.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	61
5.3 Saran Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN 1 KUESIONER	66
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	70
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA	79
DAFTAR TABEL	
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Keaktifan Bermain Game Online	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji F	Error! Bookmark not defined.52
Tabel 4. 7 Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil Uji Determinasi	Error! Bookmark not defined.