



**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *VIRTUAL ITEM* PADA *GAME ONLINE* “MOBILE LEGENDS
BANG BANG”**

**(STUDI PADA KONSUMEN MOBILE LEGENDS BANG BANG KOTA
SEMARANG)**

Skripsi

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Idham Khaliq

14030118120046

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2022

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Idham Khaliq
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118120046
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 1 Agustus 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jalan Karang Kimpul Rt.05 Rw.02, Kel. Tambakrejo,
Kec. Gayamsari, Kota Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item
Pada Game Online “Mobile Legends Bang Bang”
(Studi pada Konsumen Mobile Legends Bang Bang Kota Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 20 Juni 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.
NIP. 197806052003122003

Pembuat Pernyataan,



Idham Khaliq
NIM. 14030118120046

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Virtual Item* Pada *Game Online* “Mobile Legends Bang Bang” (Studi Pada Konsumen Mobile Legends Bang Bang Kota Semarang)

Nama Penyusun : Idham Khaliq

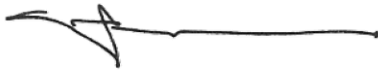
NIM : 14030118120046

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 28 Juni 2022

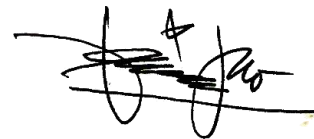
Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.

NIP 196408271990011001

Wakil Dekan 1



Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S

Dosen Penguji

1. Drs. Saryadi, M.Si.



MOTTO

“It requires some extra efforts to be the protagonist”

PERSEMBAHAN

- *Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat segalanya sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan harapan.*
- *Bapak, Ibu, Kakak, dan keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, bantuan, dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.*
- *Sahabat-sahabat semasa kuliah yang selalu ada setiap saat, mendoakan dan memberikan motivasi untuk saya sampai penyusunan skripsi ini.*
- *Keluarga Besar Administrasi Bisnis UNDIP, terima kasih atas waktu-waktu yang takkan bisa dilupakan selama kuliah.*

ABSTRAKSI

Mobile Legends: Bang Bang merupakan sebuah game online yang diciptakan oleh *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd.* Dengan capaian satu miliar jumlah unduhan pada seluruh dunia, game ini telah menawarkan berbagai *virtual item* yang dijual didalam *game online* mereka. Setiap produk yang dijual memerlukan dua elemen penting untuk meningkatkan nilai belinya, yaitu desain produk dan keputusan pembelian. Untuk meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, *Moonton* telah mengeluarkan *virtual item* dengan desain produk dan harga terbaiknya. Namun sayangnya, berbeda dengan yang diharapkan oleh perusahaan, beberapa konsumen masih menganggap bahwa desain produk dan harga dari *virtual item* yang ditawarkan dinilai kurang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Terbukti dari beberapa postingan mengenai kekecewaan terhadap desain produk *Mobile Legends: Bang Bang* dan perbandingan harga dengan *virtual item* game lain yang terbilang lebih terjangkau dibandingkan produk yang dijual oleh *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd.* dalam permainannya tersebut.

Adapun tipe penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian *virtual item Mobile Legends: Bang Bang* dalam satu tahun terakhir. Peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini ditujukan untuk membuktikan pengaruh antar variabel penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda, serta uji signifikansi (uji t dan uji F). Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 dengan hasil terdapat pengaruh positif desain produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh positif desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti memiliki beberapa saran yaitu perlunya menjaga desain produk dari *virtual item*, melakukan inovasi-inovasi terhadap desain produk untuk menjaga atau bahkan meningkatkan penilaian konsumen terhadap *virtual item game*, membenahi permasalahan harga yang ditawarkan agar bisa lebih diterima untuk setiap konsumen, dan menjaga relevansi *virtual item* dari segi desain dan harganya terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Semua saran tersebut diharapkan dapat diperbaiki oleh *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd* untuk kedepannya supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen dalam skala yang luas.

Kata Kunci: Desain produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Mobile Legends: Bang Bang is an online game created by Shanghai Moonton Technology Co. Ltd. With over one billion downloads worldwide, this game has offered a variety of virtual items for sale in their online games. Every product sold requires two important elements to increase its purchase value, namely product design and purchasing decisions. To improve the purchasing decisions made by consumers, Moonton has issued virtual items with the best product designs and prices. But unfortunately, different from what was expected by the company, some consumers still think that the product design and the price of the virtual items offered are considered less in line with what consumers expect. It is evident from several posts regarding disappointment with the product design of Mobile Legends: Bang Bang and price comparisons with other virtual game items which are more affordable than products sold by Shanghai Moonton Technology Co. Ltd. in that game.

The type of research used is explanatory research with a sample size of 100 respondents who have purchased virtual items in Mobile Legends: Bang Bang in the past year. Researchers used a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. This research is intended to prove the influence between research variables using validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression analysis, and significance test (t test and F test). In data processing, researchers used the SPSS version 26 application with the results that there was a positive effect of product design on purchasing decisions, positive effects of price on purchasing decisions, and positive effects of product design and price on purchasing decisions.

Based on the results of the research obtained, the researcher has several suggestions, namely the need to maintain product design from virtual items, carry out innovations in product design to maintain or even improve consumer ratings of virtual game items, fix the problem of the price offered so that it can be more acceptable to every consumer, and maintain the virtual relevance of the item in terms of design and price to the needs and desires of consumers. All these suggestions are expected to be improved by Shanghai Moonton Technology Co. Ltd for the future in order to improve purchasing decisions from consumers on a broad scale.

Keyword: Product Design, Price, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur patut saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan berkat dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Saya menyadari jika dalam menyelesaikan skripsi saya ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama beberapa pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya baik secara moril maupun materiil selama proses penyelesaian penelitian ini, dan dikhususkan kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Drs. Saryadi, M.Si. selaku dosen penguji dan dosen wali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Keluarga dari peneliti yang dengan setia memotivasi dan mendoakan peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh teman-teman terdekat peneliti yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam menyusun skripsi ini penulis sadar jika masih terdapat banyak kekurangan dan membutuhkan penyempurnaan seiring berjalannya waktu. Oleh sebab itu dibutuhkan kritik dan saran yang membangun sehingga diharapkan dapat membantu kemajuan penulis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 17 Juni 2022

Penulis



Idham Khaliq

NIM. 14030118130088

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1 Perilaku Konsumen	15
1.5.2 Pemasaran	19
1.5.3 Desain Produk	21
1.5.4 Harga.....	24
1.5.5 Keputusan Pembelian.....	25
1.6 Penelitian Terdahulu.....	29
1.7 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	31
1.7.1 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
1.7.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	32
1.8 Kerangka dan Hipotesis.....	32
1.9 Definisi Konseptual	34
1.9.1 Desain Produk	34
1.9.2 Harga	34
1.9.3 Keputusan Pembelian.....	34
1.10 Definisi Operasional.....	35

1.10.1	Desain Produk	35
1.10.2	Harga	35
1.10.3	Keputusan Pembelian.....	36
1.11	Metode Penelitian.....	36
1.11.1	Tipe Penelitian	36
1.12	Populasi dan Sampel	37
1.12.1	Populasi.....	37
1.12.2	Sampel.....	38
1.12.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
1.12.4	Jenis dan Sumber Data	39
1.12.5	Skala Pengukuran.....	40
1.12.6	Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.12.7	Teknik Pengolahan Data	41
1.12.8	Instrumen Penelitian.....	42
1.12.9	Teknik Analisis Data.....	42
1.12.10	Uji Validitas	42
1.12.11	Uji Reliabilitas	43
1.12.12	Analisis Data	44
1.12.13	Koefisien Korelasi.....	44
1.12.14	Koefisien Determinasi.....	45
1.12.15	Uji Signifikan	46
BAB II	GAMBARAN UMUM	50
2.1	Gambaran Umum Sanghai Moonton Technology.....	50
2.2	Visi Misi Perusahaan	51
2.2.1	Visi Perusahaan	51
2.2.2	Misi Perusahaan	52
2.3	Logo Perusahaan	52
2.4	Departemen Dalam Perusahaan.....	54
2.5	Tim Manajemen Perusahaan	56
2.6	Gambaran Umum Mobile Legends: Bang Bang	56
2.7	Logo Mobile Legends: Bang Bang.....	57

2.8	Desain Produk Mobile Legends: Bang Bang	58
2.9	Harga Mobile Legends: Bang Bang	63
2.10	Identitas Responden	64
2.10.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
2.10.2	Responden Berdasarkan Usia.....	66
2.10.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	67
2.10.4	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	69
2.10.5	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan per Bulan	70
2.10.6	Responden Berdasarkan Kurun Waktu Pembelian <i>Virtual item</i> Terakhir 72	

BAB III PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *VIRTUAL ITEM* PADA *GAME ONLINE* “MOBILE LEGENDS BANG BANG”

		73
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
3.1.1	Uji Validitas	74
3.1.2	Uji Reliabilitas	76
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	78
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Desain Produk	78
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Harga	91
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	101
3.3	Analisis Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	116
3.3.1	Koefisien Korelasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	116
3.3.2	Koefisien Determinasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian 117	
3.3.3	Regresi Linear Sederhana	118
3.3.4	Uji t	120
3.4	Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	121
3.4.1	Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	121
3.4.2	Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	122
3.4.3	Regresi Linear Sederhana	123
3.4.4	Uji t	125

3.5	Analisis Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	126
3.5.1	Koefisien Korelasi Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	126
3.5.2	Koefisien Determinasi Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	127
3.5.3	Regresi Linear Berganda.....	128
3.5.4	Uji F	129
3.6	Pembahasan	131
BAB IV	PENUTUP	135
4.1	Kesimpulan.....	135
4.2	Saran.....	136
	DAFTAR PUSTAKA	138
	LAMPIRAN.....	142

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Virtual MLBB dan HoK.....	5
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Virtual item MLBB dan HoK	7
Tabel 1. 3 Skala Litert.....	40
Tabel 1. 4 Penilaian Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 2. 1 Harga Virtual Mobile Legends: Bang Bang	65
Tabel 2. 2 Harga Skin Mobile Legends: Bang Bang	66
Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 2. 4 Usia Responden.....	69
Tabel 2. 5 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 2. 6 Pekerjaan Responden	72
Tabel 3. 1 Uji Validitas Desain Produk	74
Tabel 3. 2 Uji Validitas Harga	75
Tabel 3. 3 Uji Validitas Keputusan Pembelian	76
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel.....	77
Tabel 3. 5 Variasi Desain Produk Sesuai dengan Keinginan.....	79
Tabel 3. 6 Produk Memiliki Ciri Desain Khusus di Setiap Variannya	80
Tabel 3. 7 Desain Produk Lebih Bervariasi Dibanding Game Lain	82
Tabel 3. 8 Desain Produk Memiliki Tampilan Menarik	83
Tabel 3. 9 Desain Produk Selalu di Update Setiap Saat	84
Tabel 3. 10 Desain Produk Selalu Mengikuti Trend.....	86
Tabel 3. 11 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Desain Produk	88
Tabel 3. 12 Kategorisasi Variabel Desain Produk	90
Tabel 3. 13 Harga Produk Terjangkau	92
Tabel 3. 14 Harga Produk Mampu Bersaing dengan Game Lain	93
Tabel 3. 15 Harga Produk Bervariasi.....	94
Tabel 3. 16 Harga Produk Sesuai dengan Kualitas	95
Tabel 3. 17 Harga Produk Sesuai dengan Manfaat	96
Tabel 3. 18 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Harga	98
Tabel 3. 19 Kategorisasi Variabel Harga	100
Tabel 3. 20 Tidak Mempertimbangkan Banyak Hal Sebelum Memutuskan untuk Membeli Produk.....	102
Tabel 3. 21 Memutuskan untuk Membeli Karena Kualitas Produk yang Bagus	103
Tabel 3. 22 Tidak Pernah Merasa Kecewa Setelah Membeli Produk.....	104
Tabel 3. 23 Mencari Tahu Informasi Mengenai Produk Sebelum Memutuskan Membeli	106
Tabel 3. 24 Informasi Tentang Produk Dapat Diperoleh di Semua Media Sosial... ..	107
Tabel 3. 25 Tidak Memerlukan Waktu Lama dalam Memutuskan untuk Membeli Produk	108
Tabel 3. 26 Memutuskan untuk Membeli Karena Sesuai dengan Kebutuhan	109
Tabel 3. 27 Memutuskan untuk Membeli Produk Karena Sesuai dengan Keinginan	111

Tabel 3. 28 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian ...	113
Tabel 3. 29 Kategorisasi Variabel keputusan Pembelian.....	115
Tabel 3. 30 Koefisien Korelasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 3. 31 Koefisien Determinasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	118
Tabel 3. 32 Uji Regresi Linear Sederhana Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 3. 33 Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	122
Tabel 3. 34 Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	123
Tabel 3. 35 Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian..	123
Tabel 3. 36 Koefisien Korelasi Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	127
Tabel 3. 37 Uji Regresi Linear Berganda Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	128
Tabel 3. 38 Pengujian Hipotesis dengan Uji F Variabel Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar Tentang Desain Produk Virtual item MLBB	1
Gambar 1. 2 Gross Revenue MLBB	7
Gambar 1. 3 Sebaran Pemain MLBB di Indonesia	10
Gambar 1. 4 Kurva Uji t.....	47
Gambar 1. 5 Kurva Uji F.....	49
Gambar 2. 1 Logo Moonton Company	53
Gambar 2. 2 Logo Mobile Legends: Bang Bang	57
Gambar 2. 3 Skin Normal Mobile Legends: Bang Bang	59
Gambar 2. 4 Skin Elite Mobile Legends: Bang Bang	59
Gambar 2. 5 Skin Special Mobile Legends: Bang Bang.....	60
Gambar 2. 6 Skin Epic Mobile Legends: Bang Bang	61
Gambar 2. 7 Skin Legend Mobile Legends: Bang Bang	62
Gambar 2. 8 Skin Limited Mobile Legends: Bang Bang.....	63
Gambar 3. 1 Uji t Variabel Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	121
Gambar 3. 2 Uji t Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	126
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan Uji F.....	130

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Desain Produk
- Lampiran 5. Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Harga
- Lampiran 6. Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian
- Lampiran 4. Hasil Turnitin