

DAN PERSEMBAHAN.....

CT.....

K.....

ENGANTAR.....

R ISI.....

R TABEL.....

R GAMBAR.....

R LAMPIRAN.....

PENDAHULUAN.....

Latar Belakang Penelitian.....

Rumusan Masalah.....

Tujuan Penelitian.....

Manfaat penelitian.....

TELAAH PUSTAKA.....

Keputusan pembelian produk *in-game*.....

1. *In-game* Purchase.....

2. Keputusan Pembelian.....

-game Purchase

2.5.4.	Pengaruh <i>unobstructed play</i> terhadap keputusan pembelian produk in-game	25
2.5.5.	Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian produk in-game	26
2.5.6.	Minat beli memediasi pengaruh motivasi berkompetisi terhadap keputusan pembelian produk in-game	28
2.5.7.	Minat beli memediasi pengaruh <i>unobstructed play</i> terhadap keputusan pembelian produk in-game	29
2.6	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	31
3.1.1.	Definisi Konseptual Variabel.....	31
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran	32
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.3	Jenis Dan Sumber Data	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	35
3.5	Skala Pengukuran Data	35
3.6	Metode Analisis Data	36
3.6.1.	Confirmatory Factor Analysis.....	36
3.6.2.	Pengujian Model Struktural	37
3.6.3.	Pengujian Hipotesis.....	38
3.6.4.	Pengukuran Overall Fit	38
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS.....	47
4.1	Gambaran Umum Responden.....	47
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	48
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Kemauan untuk Membayar Produk <i>In-Game</i>	49
4.2	Analisis SEM.....	49
4.2.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen dan Endogen	49

4.2.2.	Analisis <i>Full Model SEM</i>	56
4.2.3.	Analisis <i>Full Model SEM</i>	59
4.3	Pembahasan	64
4.3.1.	Pengaruh Motivasi berkompetisi terhadap Minat beli	64
4.3.2.	Pengaruh <i>Unobstructed play</i> terhadap Minat beli.....	65
4.3.3.	Pengaruh Motivasi berkompetisi terhadap Keputusan pembelian produk <i>in-game</i>	66
4.3.4.	Pengaruh <i>Unobstructed play</i> terhadap Keputusan pembelian produk <i>in-game</i>	67
4.3.5.	Pengaruh Minat beli terhadap Keputusan pembelian produk <i>in-game</i>	68
4.3.6.	Minat beli sebagai variabel <i>intervening</i> pengaruh motivasi berkompetisi terhadap keputusan pembelian produk <i>in-game</i>	69
4.3.7.	Minat beli sebagai variabel <i>intervening</i> pengaruh <i>unobstructed play</i> terhadap keputusan pembelian produk <i>in-game</i>	70
BAB V	PENUTUP	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi Teoritis	72
5.3	Implikasi Kebijakan	74
5.4	Keterbatasan Penelitian	75
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		81