

**PENGARUH DISKON DAN *INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *VIRTUAL* PADA
PLAYER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Skripsi Mencapai Gelar Sarjana Strata 1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh:

Ega Verdynata

NBI : 1121900085

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH DISKON DAN *INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *VIRTUAL* PADA
PLAYER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Skripsi Mencapai Gelar Sarjana Strata 1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh:
Ega Verdynata

NBI : 1121900085

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ega Verdynata

NBI : 1121900085

Judul : Pengaruh Diskon Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Virtual* Pada *Player Mobile Legends* Di Surabaya

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui,
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan Di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Pada tanggal 26 juni 2023 :

Dewan Penguji,

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Ketua

2. Dra. Sri Andayani, MM

Anggota

3. Drs. Ute Ch. Nasution, MS

Anggota

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ega Verdynata

NBI : 1121900085

Judul : PENGARUH DISKON DAN *INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *VIRTUAL* PADA
PLAYER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar - benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan dari hasil plagiat dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagian plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh - sungguh dan atas kesadaran yang sesadar - sadarnya.

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Ega Verdynata



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ega Verdynata
NBI/ NPM : 1121900085
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Diskon Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Virtual* Pada *Player* Mobile Legends Di Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(.....)
Ega Verdynata

MOTTO

Melihat mimpi terwujud itu sangat menyenangkan

Tapi bisa hidup, sampai detik ini

Itu sangat bersyukur

(Portgas D Ace)

Setiap orang punya gilirannya masing - masing, bersabarlah dan tunggulah.

(Ega Verdynata)

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi berdampak pada bidang industri hiburan, termasuk teknologi game. Game awalnya hanya dimainkan secara sendiri kini dapat terhubung dengan player lain menggunakan teknologi internet untuk bermain game secara online. Salah satu game online yang populer saat ini adalah Mobile Legends yang merupakan game multipemain yang berfokus pada kerja tim yang diterbitkan oleh Moonton di mana dua tim bersaing satu sama lain. Setiap tim terdiri dari lima pemain yang tujuannya menghancurkan menara untuk memenangkan permainan. Dalam permainan ini terdapat produk *virtual* yang dapat dibeli untuk meningkatkan pengalaman bermain. Dengan melihat game Mobile Legends yang merupakan game baru tetapi dapat menghasilkan pendapatan yang besar dan terus naik setiap tahunnya padahal mereka menawarkan banyak sekali jenis produk virtual dan terus memberikan produk virtual terbaru. Penelitian ini akan menganalisis lebih lanjut pengaruh diskon dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk *virtual* pada *player* Mobile Legends di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan e- kuesioner melalui Google Form kepada player Mobile Legends di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan menetapkan 100 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel diskon, *influencer*, dan keputusan pembelian produk *virtual*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *virtual*. Semakin besar diskon yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan pemain akan membeli produk *virtual* tersebut. Kemudian *influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *virtual*. *Player* Mobile Legends cenderung tertarik untuk membeli produk virtual yang direkomendasikan oleh *influencer*.

Kata Kunci: diskon, *influencer*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Along with technological developments it has an impact on the entertainment industry, including game technology. Games that were originally only played alone can now be connected with other players using internet technology to play games online. One of the online games that are currently popular is Mobile Legends which is a multiplayer game focused on teamwork published by Moonton in which two teams compete against each other. Each team consists of five players whose goal is to destroy the tower to win the game. In this game there are virtual products that can be purchased to enhance the playing experience. By looking at the Mobile Legends game which is a new game but can generate large revenues and continues to increase every year even though they offer many types of virtual products and continue to provide the latest virtual products. This research will further analyze the effect of discounts and their influence on purchasing decisions of virtual products for Mobile Legends players in Surabaya. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires via Google Form to Mobile Legends players in Surabaya. This study used a purposive sampling method and determined 100 respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression methods to examine the relationship between discount, influencer, and virtual product purchasing decisions. The results of the study show that discounts have a significant effect on virtual product purchasing decisions. The bigger the discount offered, the higher the probability that players will buy the virtual product. Then influencers have a significant influence on purchasing decisions for virtual products. Mobile Legends players tend to be interested in buying virtual products recommended by influencers.

Keywords: discount, influencer, purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “pengaruh diskon dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk *virtual* pada *player* mobile legends di surabaya”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Tuhan saya Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran.
2. Orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan materi kepada saya. Serta kakak laki - laki saya yan telah banyak membantu selama perkuliahan saya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku kepala prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya.
6. Sahabat baik saya diperkuliahan Whildan Ali Hanafi, Hana Ayuning Cahyati, Meisha Yana Novitasari, yang telah banyak membantu semasa kuliah.
7. Sahabat karib, Umam, Adi, Dhofar, Elang, Anam, Bima, Krisna, Ady yang selalu ada untuk saya
8. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner, serta seluruh pihak yang terlibat.

Dalam Penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya, 21 Juni 2023

Ega Verdynata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran (<i>Marketing Management</i>).....	16
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2.2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion mix</i>)	18

2.2.4 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	19
2.2.5 Diskon	20
2.2.6 <i>Influencer</i> (Pemberi Pengaruh)	22
2.2.7 Perilaku Konsumen	24
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Definisi Konsep.....	27
2.3.1 Definisi Konsep Diskon	27
2.3.2 Definisi Konsep <i>Influencer</i>	27
2.3.3 Definisi Konsep keputusan Pembelian.....	27
2.4 Definisi Operasional.....	27
2.4.1 Definisi Operasional Diskon	27
2.4.2 Definisi Operasional <i>Influencer</i>	28
2.4.3 Definisi Operasional keputusan pembelian	28
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	28
2.5.1 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.5.2 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	29
2.7 Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian	33
3.3.1 Skala Pengukuran	33
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	34
3.4 Jenis Data Dan Sumber Data.....	36
3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36

3.6 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Penyajian Data	41
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden	43
4.1.3 Uji Instrumen.....	45
4.2 Tabulasi Data	47
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.2 Analisi Regresi Linear Berganda	63
4.3.3 Uji Hipotesis.....	64
4.4 Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Rekomendasi	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	33
Tabel 3. 2 Interval Kelas Nilai	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Diskon (X1)	47
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel <i>influencer</i> (X2).....	51
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Variabel Diskon.....	57
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Variabel <i>Influencer</i> ..	58
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov	61
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Parsial).....	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Uj F (Simultan).....	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinasi (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Mobile Legends	2
Gambar 1. 2 Diskon pada produk virtual Mobile Legends	3
Gambar 1. 3 <i>Influencer</i> sedang mereview Produk Virtual	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4. 1 Logo Mobile Legends	41
Gambar 4. 2 Skin Hero Karakter	42
Gambar 4. 3 Emblem	42
Gambar 4. 4 Battle Emote	42
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Model Histogram	60
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot	60
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Hasil Uji SPSS.....	80
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	88
Lampiran 4 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	90
Lampiran 5 SK Turnitin.....	93