PENGARUH KOMPETENSI KARAKTER DAN NILAI *VIRTUAL ITEM* TERHADAP MINAT PEMBELIAN *VIRTUAL ITEM* DALAM *GAME ONLINE MOBILE LEGENDS BANG BANG*

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk mengikuti seminar proposal
pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palu

Oleh :

Muhammad Robi Awaludin
NIM : 15.3.12.0009

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya tulis penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian ataupun seluruhnya. Maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 10 November 2021

Penyusun,

Muhammad Robi. A

NIM : 15.3.12.0009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kompetensi Karakter Dan Nilai Virtual Item Terhadap Minat Pembelian Virtual Item Dalam Game Online Mobile Legends Bang Bang" oleh Muhammad Robi Awaludin, dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 153120009, yang merupakan Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negri Islam (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu,10 November 2021 M

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. H. Nurdin,S.Pd.,S.Sos.,M.Com,Ph.D	**Irham Pakkawaru, S.E.,MSA.Ak**
NIP. 196903011999031005	**NIP. 197805052015031001**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Muhammad Robi Awaludin NIM. 15.3.12.0009 dengan judul **"*Pengaruh Kompetensi Karakter dan Nilai Virtual Item Terhadap Minat Pembelian Virtual Item Dalam Game Online Mobile Legends Bang Bang*"**, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negri Datokarama Palu (UIN Datokarama Palu) Palu pada tanggal 26 Januari 2022 M dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 17 Maret 2022 M

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Munaqisy 1	Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I	
Munaqisy 2	Ahmad Haekal, M.Si	
Pembimbing1	Prof. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D	
Pembimbing 2	Irham Pakkawaru, S.E., MSA.Ak	

Mengetahui :

Dekan Ketua
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

Nursyamsu, S.H.I., M.S.I
NIP. 19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِاللهِالرَّحْمَنِالرَّحِيْمِ

اَلْحَمْدُ لله رَبِّ ٱلْعَالَمِيْنَ. وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى اَشْرَفِ ٱلْاَنْبِيَاءِ وَٱلْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اَلِهِ وَصَحْبِهِ اَجْمَعِيْنَ اَمَّابَعْدُ

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini, Penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Maka penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Ayah Ipin Aripin Ibu Mumun Mulyawati yang telah mendoakan, memberikan motivasi, dan mendidik penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya dan di tempat di sisi-Nya Aamiin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor Instititut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu,Bapak Dr. H. Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, BapakDr Mohamad Idhan S.Ag., M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kemudahan dalam menimbah ilmu pengetahuan di kampus hijau IAIN PALU.

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Prof. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Ibu Dr. Ermawati., S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan .
4. Ibu Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekertaris Jurusan Bapak Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
5. Bapak Irham Pakkawaru, S.E., MSA., Ak. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Prof. H. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku pembimbing I yang dengan ikhlas telah membimbing Penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak Irham Pakkawaru, S.E., MSA., Ak. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing Penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN), yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
9. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.

11. Segenap keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
12. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
13. Semau pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam pengantar ini, Penulis mohon maaf serta terimakasih atas bantuan, motivasi dan kerjasamanya. Penulis senantiasa mendoakan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt.

Palu, 10 November 2021 M

Penulis

Muhammad Robi. A
NIM. 15.3.12.0009

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

ABSTRAK ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masaah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Peneitian 9
E. Garis – Garis Besar 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA **11**

A. Penelitian Terdahulu 11
B. Deskripsi Teori 16
   1. Kompetensi Karakter 16
   2. Nilai Virtual Item 18
   3. Minat Pembelian Virtual Item 20
   4. Pengertian game online 21
C. Kerangka Pemikiran 23
D. Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN **26**

A. Jenis Penelitian 26
B. Pendekatan dan Desain Penelitian 26
C. Lokasi Penelitian 26
D. Populasi dan Sampel 27
E. Variabel Penelitian 28
F. Definisi Operasional 29

G. Instrumen Penelitian 30
H. Teknik Pengumpulan Data 31
I. Teknik Analisis Data 32
1. Uji Validitas Data 32
2. Uji Reliabilitas 33
3. Analisis Regresi Berganda 33
4. Uji Asumsi Klasik 34
a. Uji Normalitas 34
b. Uji Multikolinieritas 35
c. Uji Heteroskedastistas 35
5. Uji Hipotesis 35
a. Uji F 35
b. Uji T 36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38

A. Hasil penelitian 38
1. Gambaran Umum *Game Online Mobile Legends Bang Bang* 38
2. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian 38
3. Uji Instrumen Penelitian 40
B. Pembahasan 51

BAB V PENUTUP 57

1. Kesimpulan 57
2. Saran 58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu 15

Tabel 2 Kriteria koefisien determinasi 37

Tabel 3 Deskrispi Kuesioner 39

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 39

Tabel 5 Hasil Uji Validitas 40-

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas 42

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas 44

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas 45

Tabel 9 Hasil Uji Multikolonieritas 46

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 47

Tabel 11 Hasil Uji T 48

Tabel 12 Hasil Uji F 49

Tabel 13 Hasil Uji R 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka penelitian..... 21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner/angket

Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Berganda

Lampiran 6 : Hasil Uji T

Lampiran 7 : Hasil Uji Frekuensi X

Lampiran 8 : Hasil Uji Frekuensi Y

Lampiran 9 : Hasil Uji Frekuensi Responden

Lampiran 10 : Kolmogrov-smirnov Tabel

Lampiran 11 : T_{tabel}

Lampiran 12 : R_{tabel}

Lampiran 13 : Dokumentasi

Lampiran 14 : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis	**:**	**Muhammad Robi Awaludin**
NIM	**:**	**15.3.12.0009**
JudulSkripsi	**:**	**Pengaruh Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* Terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang*.**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kompetensi Karakter Dan Nilai *Virtual Item* Terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang*. Penelitian ini memiliki 2 variable independen yaitu Kompetensi karakter, Nilai *virtual item*, serta 1 variable dependen yaitu Minat Pembelian *virtual item*.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kompetensi karakter dan *Nilai virtual* item Berpengaruh terhadap Minat Pembelian *virtual item* dalam *game online*.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung cafe yang berada di Kec. Palu Timur yang sedang bermain *game online Mobile Legends Bang Bang*, adapun jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dengan mengedepankan dua syarat, pertama bersedia dijadikan sebagai responden, dan yang kedua ia merupakan orang yang pernah membeli *virtual item* di toko *online* yang menyediakan barang *virtual* tersebut, sebanyak 60 responden, dengan menggunakan rumus Herz untuk menentukan jumlah sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Adapun Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 26 For Windows*, menunjukkan bahwa Kompetensi karakter (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 1,712 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.092 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.092 > 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable kompetensi karakter (X_1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variable kompetensi karakter (X_1) terhadap variable minat pembelian *virtual item* (Y) yaitu 0,159. Nilai *virtual item* (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} 7,363 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.000 < 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable nilai *virtual item* (X_2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* (Y).

Saran dari penulis yaitu Penelitan ini hanya terbatas pada responden yang berjumlah 60 orang responden, yang dirasa masih terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah pemain *game online mobile legends* yang ada di setiap cafe di Kecamatan Palu timur.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Lartar Belakang Masalah

Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia.Internet sering digunakan untuk kebutuhan komunikasi, interaksi sosial, transaksi bisnis, bahkan di bidang hiburan.Sejalan dengan perkembangan internet tersebut, *game* pada perangkat smartphone pun sekarang telah berkembang menjadi *game online.* Menurut data dari "*Operation Senior Manager* (OSM) *Consumer Marketing* Telkom Regional III Jawa Barat" mengatakan bahwa tingginya jumlah pemain *game* di Indonesia mencapai 34 juta orang pada tahun 2018. Dari jumlah tersebut, 19,9 juta diantaranya adalah pemain *game online* berbayar dan rata-rata pengeluarannya mencapai 9,12 juta dolar Amerika Serikat. Khususnya yang menggunakan *game online,* meningkatkan kebutuhan layanan internet dengan spesifikasi khusus. Salah satunya terkait kecepatan internet.[1]

Menurut Costikyan dan Mulligan dalam bastian *Game Online* secara umum dimainkan oleh beberapa pemain yang berada di berbagai tempat, pengguna bertukar informasi melalui koneksi internet yang sama dan berbagai dunia *virtual* dengan koneksi internet dan banyak pengguna.

Ada berbagai macam tipe dari *game online* itu sendiri, menurut data dari website *game* yang disebut "Bahamut", *game online* diklasifikasikan menjadi

[1]Telkom Info *"Perkembangan Pengguna Jaringan Internet di Indonesia"* http://www.telkominfoindonesia.com (20 juni 2020)

role-playing games, game aksi, *game* tembak menembak, *game* olahraga, *game* balapan, *game* petualangan, *game* puzzle dan *game* strategi perang, yang masing-masing memiliki fitur khas sendiri.[2]

Seiring perkembangan zaman yang semakin maju, saat ini sangat memungkinkan manusia berinteraksi secara langsung dengan cepat karena telah didukung oleh teknologi yang canggih.Perkambangan teknologi elektronik yang berlangsung sangat pesat akhir-akhir ini telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukanya jaringan informasi global yang serba transparan yang menurut Toffler adalah gejala masyarakat gelombang ketiga, telah ditandai dengan munculnya internet, yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui dunia maya. Dengan teknologi internet, *human action* (perilaku manusia), *human relation* (interaksi antar manusia), *human relation* (hubungan kemanusiaan) mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jaringan komunakasi global telah menciptakan tantangan-tantangan terhadap cara pengaturan transaksi-transaksi social dan ekonomi.[3]

Game online sekarang ini dikenal adanya *virtual* ekonomi, yaitu kedaan dimana pemain melakukan transaksi jual beli *virtual item* dalam *game online* menggunakan uang riil, *virtual* ekonomi sekarang sudah menjadi model bisnis dalam industry *video game*, *virtual item* tak lagi hanya berguna dalam permainan

[2]Bastian,*"Pengaruh kompetensi karakter. Nilai virtual item dan kepuasan game terhadap intensi pembelian virtual item dalam game online "Dota II".* (Skripsi Universitas Negri Yogyakarta 2015), http://www.eprints.uny.ac.id/Bastian_11408144047.pdf (21 Juni 2020).

[3]Haris Faulidi Asnawi, "*Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam"*,(Yogyakarta: Magistra Insania Press,2004). 5

tetapi juga menjadi asset yang menjanjikan untuk diperjualbelikan sesama pemain. Kesuksesan *virtual* ekonomi ini menimbulkan kontroversi dan diskusi tentang mengapa *virtual item* sampai bisa memiliki nilai komersial meski hanya ada dalam suatu *game online*. Awalnya memang hanya ada di luar negri, tapi sejak adanya *game online* Nexia yang merupakan *game online* pertama di Indonesia, para gamer memanfaatkan untuk mencari keuntungan pribadi dari jual-beli *item virtual* yang dimainkannya dalam *game* tersebut.[4]

Dalam transaksi jual beli, tidak terlepas dari beberapa syarat dan rukun yang perlu sebagai peraturan dalam bertransaksi jual beli.Sehingga transaksi tersebut menjadi sah sesuai dengan yang ditentukan dalam perjanjian. Sedangkan transaksi jual beli dalam islam telah ditentukan oleh para kalangan ulama' dengan mengacu pada nash Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Allah berfirman dalam Q.S *Annisa* (4): 29, yaitu:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

[4]Sobat Muda, "Berbagi Untung Mainan Fantasi" http://sobatmuda.multiply.com/journal/300/berbagi_Untung_Mainan_Fantasi (21 Juni 2020)

Syarat dan rukun jual beli merupakan pokok ulama' yang perlu diketahui dan diterapkan, agar para pihak penjual dan pembeli tidak terjerumus dalam transaksi yang dilarang oleh syariat, sehingga dalam transaksi jual beli terjalin suatu transaksi yang memenuhi syariatnya.[5]

Penelitian yang dilakukan Bong-Wong Park dan Ku Chang Lee dalam Bastian yang berjudul "Exploring the Value of Purchasing *Online game Items*" tahum 2011, dari 384 responden menjelaskan bahwa kesenangan bermain dan autoriti visual pas untuk mendeskripsikan bagaimana pemain *game onlne* menilai *virtual item* dan memengaruhi mereka untuk membelinya.[6] Juga penelitian oleh Emil R., Chien-Hsu dan Tay-Sheng dalam "Identifying User's behavior on Purchasing *Virtual Items*" tahun 2011, meneliti sejumlah 111 responden dan menghasilkan control perilaku sangat memengaruhi minat pembelian *virtual item*, para pemain membeli *item* untuk membentuk den memodifikasi karakter mereka dalam *game* semaksimal mungkin agar dapat meningkatkan kompetensi karakter dan menikmati kesenangan bermain *game*.[7]

Lalu penelitian Ting-Yun dan Cheng-Hsun Ho' dalam "Factors Affecting Intent to Purchase *Virtual* Goods in *Online Game*" tahun 2012, meneliti dengan sampling sejumlah 523 pengguna *game online*, semakin puasnya pengguna dalam

---

[5]Syarat Dan Rukun Jual Beli http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=e5fb88b398b042f6cccc (21Juni 2020)

[6]Bastian, "*Pengaruh Kompetensi Karakter Dan Nilai Virtual ItemTerhadap Intensitas Pembelian Virtual Item Dalam Game online Dota II*", 7.http://www.eprints.uny.ac.id/Bastian_11408144047.pdf (21 Juni 2020).

[7]*Ibid*, 7

memainkan *game online* maka semakin tinggi pula minat pembelian *virtual itemnya*.[8] Melihat hasil penelitian-penelitian tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kompetensi karakter, nilai *virtual item*, dapat mempengaruhi *minat* pembelian *virtual item*. Peneliti ingin berkontribusi untuk penelitian-penelitian yang telah disebutkan dengan ikut meneliti *minat* pembelian *virtual item* pada salah satu jenis *game online* yang sedang popoler pada tahun 2020 ini, yaitu *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB).

Mobile Legends Bang Bang (MLBB) merupakan *game online* yang sudah tidak asing lagi di kalangan *gamer* Indonesia, permainan ini adalah permainan *multiplayer online battle arena* (MOBA). Dibuat oleh *Moonton Corporation* yang terbit pada 9 November 2016, *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) dapat dimainkan secara gratis pada *operation system* IOS *dan* Android. *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) dimainkan oleh 2 tim yang beranggotakan 5 pemain, setiap tim memiliki markas yang berada di pojok peta, setiap markas memiliki bangunan bernama "Turret", dimana tim harus berusaha menghancurkan "Turret" tim lainnya agar dapat memenangkan pertandingan. Setiap pemain mengontrol satu karakter (*Hero*) yang berfokus pada menaikkan level, mengumpulkan *gold*, membeli item dan melawan tim lawan untuk menang.

Pengembangan *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) di mulai sejak tahun 2016, ketika pengembang Icefrog, dipekerjakan oleh *Moonton* sebagai *developer*. *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) di puji oleh kritikus karena *gameplay*-nya,

[8]Cheng-Hsun Ho and Ting-Yun Wu, "*Factors Affecting To Purchase Virtual Goods In Online Games",* National Taipei University , Vol. 10, No. 3,(2012): 204-205.http://www.jdesignagency.com

kualitas pembuatan dan kesetiaan pada *gameplay* pendahulu (*Dota II*). *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) menjadi *game online* yang memiliki aktifitas pemain paling banyak di perangkat IOS dan Android, dengan puncak 200 juta pemain online bersamaan setiap hari. *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) juga termasuk dalam top 10 list *game* IOS maupun Android *online* terbaik 2020.[9]

Moonton selaku *developer* sukses merilis *game Mobile Legends Bang Bang* (MLBB). Indonesia bahkan menjadin salah satu negara yang berkontribusi besar atas kepopuleran *game* ini. Yang lebih menarik lagi, *developer game* tersebut punya karakter dari seri pahlawan (*Hero*), yakni Gatotkaca. Karakter tokoh pewayangan tersebut diciptakan sebagai apresiasi *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) terhadap budaya Indonesia pada dunia. Karena popularitas yang cukup tinggi, *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) kerap menggelar kompetisi *game* tingkat *International* atau *ASSEAN* dimana Indonesia menjadi salah satu negara peserta, dan Indonesia sering menjadi juara pada kompetisi tersebut. Untuk tingkat nasional sendiri ada *Mobile Legends Profesional League* (MPL ID) dan Piala Presiden *E-sport*. Mereka juga mengadakan turnamen untuk menjangkau semua kalangan peminat *e-sport* dengan menggelar turnamen *Mobile Legends Campus Championship* (MLCC).

Di provinsi Sulawesi Tengah perkembangan *game* ini sangatlah pesat, bahkan pada tahun 2019 kemarin pihak *Moonton* selaku *developer game* ini,

[9]Hai Grid Id, "*Perkembangan Mobile Legends Di Indonesia Dari 2016 Sampai Sekarang*", https://hai.grid.id/read/07931946/perkembangan-mobile-legends-di-dunia-dan-indonesia-dari-2016-sampai-sekarang. (21 Juni 2020)

sempat datang ke Kota Palu untuk mengadakan *tournament* antar Kota/Kabupaten Se-Sulawesi Tengah yang diadakan di lapangan Wali Kota Palu (Vatulemo), dan *tournament* tersebut berjalan dengan baik. Sehingga banyak tim dari daerah-daerah lain seperti, Kabupaten Poso, Kabupaten Morowali, Kabupaten Tojo Una-una (Ampana) dan tentunya tim dari Kota Palu sebagai tuan rumah ikut serta dalam *tournament* ini.

Tidak sampai disitu, setiap 3 bulan sekali di Kota Palu sendiri pun sering mengadakan *tournament-tournament* kecil yang di adakan di cafe, seperti cafe Tanaris, Aweng, dan cafe yang lainnya. Tim-tim yang ikut serta juga banyak, dan hadiahnya pun tidak terbilang kecil. Yang ikut serta kebanyakan dari kalangan remaja dan orang dewasa pun juga banyak yang mengikuti *tournament* yang diadakan di cafe di Kota Palu.

Terkait dengan *game* ini, para pemain *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) tidak terlepas dengan *virtual item* yang bertujuan untuk, merubah penampilan dan menambah kemampuan karakter (*Hero*) yang ada di dalam *game* tersebut. Menurut observasi awal yang dilakukan peneliti tentang nilai *virtual item*, berdasarkan wawancara 20 orang yang pernah membeli *virtual item* dengan menggunakan uang riil yang ada di Kota Palu, bahwa terdapat beberapa masalah seperti: pengiriman *virtual item* yang lambat dari waktu yang telah ditentukan, banyak *online shope* yang menjual *virtual item* secara *illegal*, sering terjadi penipuan terhadap *virtual item* yang dijual oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan adanya kesenjangan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang transaksi jual beli *virtual item* dalam *game online* menggunakan uang riil, maka penulis memilih judul "**Pengaruh Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* Terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang***"

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang ada di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kompetensi Karakter berpengaruh terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) ?
2. Apakah Nilai *Virtual Item* berpengaruh terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) ?
3. Apakah Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* berpengaruh terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah Kompetensi Karakter berpengaruh terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB).

2. Mengetahui apakah Nilai *Virtual Item* berpengaruh terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB).
3. Mengetahui apakah Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* berpengaruh terhadap Minat pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi khusunya untuk jurusan ekonomi tentang *online game marketing* dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetehuan dan pemahan mengenai pemasaran khususnya yang menyangkut *online game marketing*.

b. *Bagi Pihak Lain*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai minat pembelian dalam *online game marketing*.

E. Garis-garis Besar Isi

Dalam penulisan proposal ini terdapat garis – garis besar isi dalam setiap bab yang ada secara rinci dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan. Pendahuluan pada bab ini didasarkan pada bahasan masih secara umum. Bab terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, dan Garis – Garis Besar Isi.

BAB II KAJIAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang kompetensi karakter, nilai *virtual item*, minat pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan proposal ini, yang meliputi: jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, variable penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum Game Mobile Legends. Karakteristik responden yang diteliti, data kuesioner, serta penyajian dan penjelasan tentang hasil data penelitian yang telah dilakukan peneliti.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari serangkaian hasil dari penelitian ini dan saran – saran dari penulis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. PenelitianTerdahulu

Berikut merupakan beberapa literature dari penelitian sebelumnya tentang kompetensi karakter dan *virtual item,* yaitu sebagai berikut:

1. Bastian tahun 2015 dengan penelitian berjudul "Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai *Virtual Item* Dan Kepuasan *Game* Terhadap Intensitas Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Dota II*". Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya dan diambil sebanyak 125 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang pernah memainkan *game online* "*Dota II*". Hasil pengujian menunjukkan bahwa kompetensi karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* "*Dota II*".[1]
2. Ridha tahun 2018 dengan penelitian berjudul "Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru PAI Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Di SDIT Rabbani Kota Bengkulu". Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 siswa. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kompetensi kepribadian guru PAI

[1]Bastian,"*Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai Virtual Item Dan Kepuasan Game Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item Dalam Game Online Dota II"*,(Skripsi Universitas Negri Yogyakarta 2015), http://www.eprints.uny.ac.id/Bastian_11408144047.pdf (21Juni 2020).

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembentukan karakter siswa.[2]

3. Kurniawal Putra. A dengan penelitian berjudul "Motif *Players* Dalam Proses Pembelian *Virtual Goods* Pada Permainan *Game Online*". Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Cara menarik sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan jenis metode yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *purposive sample*, dengan mengambil 100 responden yang pernah membeli barang *virtual*. Hasil penelitian menunjukan bahwa, pemain *game online* memiliki motif yang tinggi pada saat melakukan pembelian *virtual goods*. Mereka mengetahui bahwa karakter dalam *game online* memiliki kemampuan yang kurang, sehingga mereka melakukan pembelian guna meingkatkan status karakter mereka dalam *game online*.[3]
4. Jauhar Khalis dengan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli *Virtual Item*: Penelitian Pada *Game Players Unknown Battlegrounds*" jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yang akan melakukan suatu analisis menguji suatu hipotesis. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dengan mengambil 120 responden yang pernah mebeli *virtual item* dalam *game online Players Unknown Battlegrounds*. Hasil pengujian hipotesis yang diajukan pada model penelitian

[2]Ridha, "*Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru PAI Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Di SDIT Rabbani Kota Bengkulu"*,(Skripsi Institut Agama Islam Negri Bengkulu 2018)

[3]Kurniawal Putra. A,"*Motif Player Dalam Proses Pembelian Virtual Goods Pada Permainan Game Online*",(SkripsiUniversitas Bengkulu 2014).

ini, 3 hipotesis terbukti berpengaruh positif dan tidak ada hipogtesis yang tidak terbukti berpengaruh positif.[4]

5. Nadia rahmani dengan penelitian yang berjudul "Analisis Transaksi Jual Beli *Account Game Online Mobile Legends* Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)" jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan para pelaku *game online* dikota Palu. Berdasarkan hasil penelitian transaksi jual beli *account game online Mobile Legends* sudah sejalan dengan prinsip jual beli yang terkandung dalam ekonomi islam.[5]
6. Nira nurani widya dewi dengan penelitian yang berjudul "Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi kasus pada pemain *game online* di kota Palu)" penelitian ini merupakan analisis deskriptif dengan menggunakan *crosstabs* dan *Chi-Square* bertujuan untuk mengetahui perbedaan dari variabel yang telah di analisis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sample.* Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa frekuensi pembelian berdasarkan terdapat perbedaan yang signifikan.[6]

---

[4]Jauhar khalis, "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Virtual Item: Penelitian Pada Game Players Unknown Battlegrounds"* (Skripsi STIE Indnesia Banking *School* 2014)

[5]Nadia rahmani, *"Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online Mobile Legends Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)".* (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No. 1 Tahun 2021)

[6]Nira nurani widya dewi, *"Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian Virtual Item Berbagai Jenis Game Online Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi kasus pada pemain game online di kota Palu)"*. (Skripsi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu 2019).

7. Rian randy suryono dengan penelitian yang berjudul "Perilaku Pemain *Game Online* Terhadap Pembelian *Virtual Item*" jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis tujuan penelitian ini adalah mengetahui motivasi yang mendorong seseorang mengeluarkan sejumlah dana untuk membeli *virtual item*. Hasil dari penelitian ini terdapat beberapa alasan yang membuat para pemain *game* membeli *vritual item* dan alasan yang paling banyak adalah hanya sebatas suka dengan karakter yang ada didalam *game online*.[7]

Sebagai acuan dalam penelitian yang relevan diatas, maka penulis menggunakan beberapa penelitian yang telah digunakan sebelumnya, yang penulis gunakan adalah beberapa hasil penelitian skripsi agar dapat dilihat perbedaan dan persamaanya dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dari harapan penelitian ini berfokus pada pengaruh kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* pada *game online Mobile legends Bang Bang* (MLBB), agar mudah untuk dipahami maka pembaca dapat melihat tabel 1 yang ada di bawah ini:

[7]Rian randy suryono, *"Perilaku Pemain Game Online Terhadap Pembelian Virtual Item"* (Skripsi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu 2019).

Perbedaan dan Persamaan dengan PenelitianTerdahulu

Tabel 1

No	Peneliti	Perbedaan	Persamaan
1	Bastian "Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai *Virtual Item* Dan Kepuasan *Game* Terhadap Intensi Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online* (*Dota II*), Universitas Negri Yogyakarta". 2015[8]	Terletak pada variable independen: Kepuasan dalam *game*. Objek yang diteliti *game online Dota II*	Variabel independen: Kompetensi Karakter, Nilai *Virtual Item.*
2	Ridha "Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru PAI Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Di SDIT Rabbani Kota Bengkulu". 2018[9]	Variabel independen: Kepribadian Guru. Objek yang diteliti: Siswa SDIT	Variabel independen: Meneliti tentang kompetensi karakter
3	Kurniawal Putra. A "Motif *Players* Dalam Proses Pembelian *Virtual Goods* Pada Permainan *Game Online*".[10]	Variabel independen: Proses pembelian	Variabel dependen: *Virtual Item Game Online*.

[8]Bastian,*"Pengaruh kompetensi karakter. Nilai virtual item dan kepuasan game terhadap intensi pembelian virtual item dalam game online "Dota II".* (Skripsi Universitas Negri Yogyakarta 2015), http://www.eprints.uny.ac.id/Bastian_11408144047.pdf

[9]Ridha, "*Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru PAI Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Di SDIT Rabbani Kota Bengkulu"*,(Skripsi Institut Agama Islam Negri Bengkulu 2018)

[10]Kurniawal Putra. A,"*Motif Player Dalam Proses Pembelian Virtual Goods Pada Permainan Game Online*",(SkripsiUniversitas Bengkulu 2014).

4	Jauhar Khalis dengan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli *Virtual Item*: Penelitian Pada *Game Players Unknown Battlegrounds*"	Objek yang diteliti: *game online* PUBG *Mobile*	Variabel dependen: Niat Beli *Virtual Item*
5	Nadia rahmani dengan penelitian yang berjudul "Analisis Transaksi Jual Beli *Account Game Online Mobile Legends* Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)"	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Objek yang diteliti: game online mobile legends.
6	Nira nurani widya dewi dengan penelitian yang berjudul "Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian *Virtual Item* Berbagai Jenis *Game Online* Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi kasus pada pemain *game online* di kota Palu)"	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Objek yang di teliti: *game online, virtual item*
7	Rian randy suryono dengan penelitian yang berjudul "Perilaku Pemain *Game Online* Terhadap Pembelian *Virtual Item*"	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Variabel dependen: *virtual item*

B. Deskripsi Teori

1. Kompetensi Karakter

Kompetensi karakter berasal dari kata *"competency"* merupakan kata benda, yang diartikan sebagai: 1) kecakapan, kemampuan, kompetensi 2) wewenang. Kata sifat dari *competence* adalah *competent* yang berarti cakap, mampu, dan tangkas.[11] Pengertian kompetensi ini pada prinsipnya sama dengan teorinya Robbin bahwa kompetensi karakter adalah kemampuan (*ability*) atau kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan.[12]

Dari uraian pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, kompetensi yaitu sifat dasar yang dimiliki atau bagian kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan sebagai dorongan untuk mempunyai prestasi dan keinginan berusaha agar melaksanakan tugas dengan efektif.

Dengan kata lain, kompetensi adalah penguasaan terhadap seperangkat pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan sikap yang mengarah kepada kinerja dan direfleksikan dalam kebiasaan berpikir dan bertindak sesuai dengan profesinya. Selanjutnya, menurut Wibowo kompetensi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi oleh keterampilan dan pengetahuan kerja yang dituntut oleh pekerjaan

---

[11]Powell, *"Considering Interactions Between Culture And Mathematical Knowledge"* dalam *Ethnomathematics Challenging Eurocentrism in Mathematics Education. Albany: State University of New York Press.*1997

[12]Robbin, "*Perilaku Organisasi",* Salemba Empat, Jakarta.2007

tersebut.[13] Dengan demikian kompetensi menunjukan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai suatu yang terpenting. Kompetensi sebagai karakteristik seseorang berhubungan dengan kinerja yang efektif dalam suatu perkajaan atau situasi.

Kompetensi karakter dalam *game online* adalah suatu hal yang dibutuhkan pemain untuk dapat melancarkan dan memudahkan penyelesaian fitur *quest* misi dalam *game online*.[14] Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan pengertian kompetensi karakter di dalam penelitian ini ysitu dikaitkan dalam bidang *game online* adalah segala kemampuan yang dimiliki karakter dalam *game online* untuk dapat melaksanakan misi misi yang ada dalam *game online* dengan baik, juga kemampuan dan status karakter dalam *game online* dapat diukur dengan indikator.

a. Level karakter yang dimainkan dalam *game*.
b. Game point yang didapat.
c. Kemampuan dan status karakter.

2. Nilai *Virtual Item*

a. Pengertian *Virtual Item*

Menurut Guo dan Barnes mendefinisikan produk *virtual* sebagai produk nonfisik, yang hanya dapat dibuat dan digunakan dalam lingkungan dunia maya/*virtual* untuk meningkatkan pengalaman hiburan

[13]Wibowo, "*Manajemen Kinerja".* Edisi ketiga, Jakarta: PT.Raja Grafindo Prasada. 2007

[14]Lin dan Sun, "*The influence of The Country-of –Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: an empirical study of insuranceand catering services in Taiwan. Journal of Consumer Marketing Vol.23 No.5, 248-265.* 2007

pemainnya.[15] Sementara itu Cha mendefinisikan produk *virtual* sebagai produk atau jasa yang pembelian dan penggunaan dibatasi pada ruang *online* tersebut.[16] Bentuk produk *virtual* itu sendiri merupakan gambar digital yang disebut juga sebagai *game item*, yang dikonsumsi pemain *game* selama bermain, misalnya pedang atau baju baja.[17]

Fairfield mengungkapkan bahwa produk *virtual* harus memiliki aspek *rivalrous, persistency* dan *interconnectedness*. *Rivalrous* maksudnya hanya satu orang yang bisa memakai produk tersebut. Produk yang bisa dipakai secara bersamaan dengan orang lain seperti *file* MP3, yang disalin pada komputer lain bukan merupakan produk *virtual*. *Persistency* berarti bahwa produk *virtual* harus ada dalam jangka waktu tertentu untuk dapat dianggap sebagai aset. Oleh karena itu, produk *virtual* yang hilang ketika komputer dimatikan sangatlah tidak bernilai. *Interconnectedness* artinya adalah bahwa produk *virtual* tidak boleh terisolasi. Pemain atau sistem lain harus terpengaruh oleh produk *virtual* tersebut. Produk *virtual* yang hanya muncul pada komputer pribadi seseorang bukan merupakan produk *virtual*.[18]

---

[15]Guo dan Barnes, "*Explaining Purchasing Behavior Within World of Warcraft". Journal of Computer Information Syste*. 2012

[16]Cha, "*Exploring The Internet As A Unique Shoppin Channel To Sell Both Real And Virtual Item: A Comparison Of Factors Affecting Purchaseintention And Consumer Characterstic*". *Journal of Electronic Commerce reaserch,* 115. 2011

[17]Whang dan Kim, "*The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourismproducts and services in South Korea*. 2005

[18]Fairfeild, J, "*Virtual Property*. *Boston University Law Review, Vol. 85, pp*

b. Pengertian Nilai

Pengertian nilai menurut Djahiri adalah harga, makna, isi dan pesan, semangat, atau jiwa yang tersurat dan tersifat dalam fakta, konsep, dan teori, sehingga bermakna secara fungsional.[19]

Sedangkan menurut Devi anggraini nilai adalah harga atau kualitas sesuatu. Artinya, sesuatu dianggap memiliki nilai apabila sesuatu tersebut secara intrinsik memang berharga.[20]

Dapat disimpulkan bahwa, pengertian nilai yang berkaitan dengan *item game online* adalah harga atau makna juga kualitas isi sesuatu *item* dalam kegunaannya dalam *game online* yang bersangkutan yang memengaruhi layaknya tidaknya *item* tersebut digunakan.

3. Minat pembelian *Virtual Item*

Menurut Kotler dan Keller minat adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.[21]

Nugroho menjelaskan minat beli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil proses pengintegrasian ini

---

[19]Djahiri, "*Dasar dan pendidikan nilai moral*". Jakarta: Depdikbud, 2009

[20]Devi Anggraini, "*Fungsi Nilai Uang dan Fungsi Bank Sentral"*, 2013

[21]Kotler, Philip dan Kelvin lane Keller, "*Manajemen Pemasaran"*. Jakarta: PT. Indeks. 2007

ialah suatu pilihan, yamg disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.[22]

Menurut Thomas dalam Eko purnomo minat beli yaitu kecenderungan responden untuk bertindak sebelum kepuasan membeli benar-benar dilakukan.[23]

4. Pengertian *Game Online*

Game Online adalah jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada pada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Biasanya *game online* disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa *online*, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah *game online* bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan komputer atau *smartphone* yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.[24]

Developer game lokal masih belu jadi tuan rumah di negeri sendiri. Buktinya pasar *game online* masih dikuasai oleh *developer* asing seperti *Mobile Legends Bang Bang* dan PUBG *Mobile*. Menurut data asosiasi IP *development*, Cipta Kreasi (CAKRA) pasar *game* Indonesia pada 2018 lalu mencapai USD 1,13 miliar atau setara Rp 16 triliun. Sayangnya *game* lokal hanya menguasai 0,2%

---

[22]Nugroho Adi, "*E-Commerce (Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya)",* Bandung: Informatika Bandung. 2012

[23]Eko Purnomo, "*Pengaruh Harga, KualitasProduk dan Lokasi Terhadap Minat Pembelian Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)".* (Skripsi Universitas Pasir Pengaraian 2016).

[24]https://id.wikipedia.org/wiki/Permainan_daring

sisamya dikuasai *game* luar negeri. Presiden asosiasi CAKRA, Ivam Chen, mengatakan dengan petumbuhan *market* game di Indonesia yang sangat tinggi seharusnya pemerintah fokus untuk mendorong produksi *game* nasional menjadi sektor unggulan untuk membantu mengurangi defisit neraca perdagangan nasional (NPI).

Maraknya *game online* bisa membuat defisit melebar sebab dana untuk membeli *item game* ditransfer ke rekening developer asing di luar negeri. Dana tersebut tidak masuk ke sistem keuangan Indonesia. Ivan Chen mengungkapkan industri *game* lokal tidak kurang diperhatikan pemerintah ketimbang industri kreatif lainnya. Dari hasil riset Newzoo, pasar *game* Indonesia pada tahun 2015 telah berhasil mencetak pendapatan USD 321 juta dan naik secara cepat menjadi USD 704 juta pada tahun 2016. Sedangkan di tahun yang sama industri film hanya mendapat USD 280,8 juta. Kemudian, pendapatan *game* di Indonesia pada tahun 2017 naik menjadi USD 880 juta dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang signifikan dengan mengantongi USD 1,13 miliar. Bila dihitung dari tahun 2016 hingga tahun 2018, terjadi kenaikan 300%.[25]

Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa minat beli merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk bertindak dalam membeli atau memilih produk. Sikap seorang konsumen terhadap minat beli merupakan suatu sikap tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan batinnya. Sedangkan dalam bahasan ini minat pembelian yang dimaksudkan adalah pembelian *virtual item,* dimana *virtual item* merupakan salah satu hal

[25]https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200213164303-37-137712/miris-pasar-game-ri-rp-16-t-lokal-cuma-kuasai-02

penting dalam *game online*. Dapat disimpulkan minat pembelian *virtual item* merupakan niat atau keinginan dari seorang pemain *game online* untuk membeli barang yang khusus digunakan di dunia maya untuk bermain *game online* itu sendiri atau disebut *virtual item*.

Indikator yang digunakan untuk mengukur minat pembelian:

a. Tertarik untuk mencoba.
b. Mempertimbangkan untuk membeli.
c. Ingin memiliki produk.
d. Ingin mengetahui produk.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Kompetensi Karakter terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online*

Kompetensi karakter dikaitkan dengan dalam bidang *game online* adalah segala kemampuan yang dimiliki karakter dalam *game online* untuk dapat melaksankan misi-misi yang ada dalam *game online* dengan baik, kemampuan dan status karakter *game online* yang memadai atau mumpuni untuk menjalankan berbagai fitur yang ditawarkan dalam *game online* yang dimainkan.

Tingkat kompetensi karakter akan memengaruhi minat pembelian *virtual item* dalam *game online*, karena pemain akan membeli *virtual item* untuk mengoptimalkan kompetensi karakternya demi kelancaran dan kesenangan dalam memainkan *game online* tersebut.

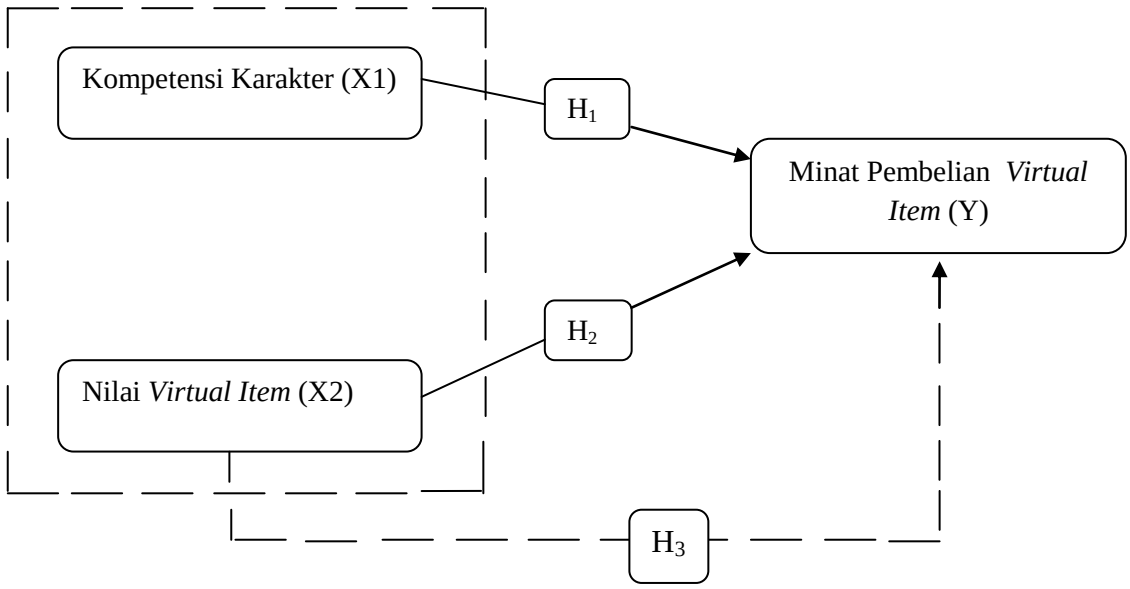
2. Pengaruh Nilai *Virtual Item* terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online*

Pengertian nilai *virtual item* yang berkaitan dengan *game online* adalah harga atau makna, juga kualitas isi suatu *virtual item* dalam kegunannya dalam *game online* yang bersangkutan, yang memengaruhi layak tidaknya *virtual item* tersebut digunakan. Suatu *virtual item* dikatakan bernilai tinggi jika dapat menambah status karakter menjadi optimal.

Semakin tinggi nilai *virtual item* yang ada maka akan meningkatkan tingkat minat pembelian *virtual item* dalam *game online*, semakin tinggi nilai suatu *virtual item* maka akan semakin optimal pula status dan kemampuan karakter yang akan mempermudah dan melancarkan proses memainkan sebuah *game online*.

GAMBAR 1

Kerangka Penelitian



Keterangan :

⟶ **:** Garis hubung parsial variabel independen terhadap dependen

⟶ **:** Garis hubung simultan variabel independen terhadap dependen

D. *Hipotesis*

Berdasarkan landasan konseptual dan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sevagai berikut :

H_1 :Diduga kompetensi karakter berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online*.

H_2 :Diduga nilai *virtual item* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online*.

H_3 :Diduga kompetensi karakter dan nilai *virtual item* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *verifikatif,* yaitu penelitian yang dilakukan terhadap populasi dan sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[1]

B. Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini terfokus untuk mengetahui pengaruh variabel kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang* melalui perolehan hasil data berbentuk angka – angka yang selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik.[2]

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di setiap cafe yang berada di Kec. Palu Timur Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Alasan penulis mengambil di setiap cafe yang berada di Kec. Palu Timur adalah mudah dijangkau karena berada di pusat Kota Palu dan lokasi penelitian dianggap *representative* terhadap judul yang diangkat penulis, dan juga memberikan nuansa baru bagi peneliti dalam menambah pengalaman penelitian.

---

[1]Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) 8.

[2]Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian*, (Cet I, Bandung : PT, Rafika Aditama, 2014) 117.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung cafe yang berada di Kec. Palu Timur yang sedang bermain *game online Mobile Legends Bang Bang*, adapun jumlahnya tidak diketahui.

Karena jumlah populasinya tidak diketahui, maka metode penentuan sampel, peneliti menggunakan teori yang diperkenalkan oleh Herz, yakni jumlah variabel dikalikan 15 – 20.[3] Diketahui jumlah variabel dalam penelitian ini sebanyak tiga (3) variabel, masing-masing, dua independen variabel dan satu dependen variabel. Berdasarkan jumlah variabel itu merujuk pada teori Herz, dengan penetapan sampel yang digunakan yaitu:

n = (15-20) x k

n = 20 x 3

n = 60 sampel

Keterangan :

n = sampel

k = variabel penelitian

15-20 = jumlah observer menurut pendapat Herz.

Selanjutnya, teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dengan mengedepankan dua syarat, pertama bersedia dijadikan sebagai responden, dan yang kedua ia merupakan orang yang pernah membeli *virtual item* di toko *online* yang menyediakan barang *virtual* tersebut.

[3]Hendry, "Populasi dan Sampel", Teori Online https://teorionline.wordpress.com/-2010/01/24/populasi-dan-sampel/comment-page-4/,)

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditangkap oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[4]

Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

1. Variabel Bebas (*variable Independent*)

   Variabel independen atau variabel bebas yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.[5] Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kompetensi karakter (X_1), nilai *virtual item* (X_2).

2. Variabel Terikat (*variable dependent*)

   Variabel dependen atau variabel terikat yang dilambangkan dengan (Y) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadan variabel ini dalam penelitian adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.[6] Penulis memfokuskan dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang* (Y).

---

[4]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R dan D, 38*

[5]Sumadi Subyabrata, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 57

[6]*Ibid, 57*

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).[7]

1. Kompetensi Karakter

   Pengertian kompetensi karakter di dalam penelitian ini yaitu dikaitkan dalam bidang *game online* adalah segala kemampuan yang dimiliki karakter dalam *game online* untuk dapat melaksanakan misi misi yang ada dalam *game* dengan baik, kemampuan dan status karakter *game* yang memadai atau mumpuni. Kompetensi karakter dalam *game online* dapat diukur dengan indikator:

   a. Level karakter yang dimainkan dalam *game*.
   b. *Game* poin yang didapat.
   c. Kemampuan dan status karakter.[8]

2. Nilai *Virtual Item*

   Nilai adalah harga atau kualitas sesuatu. Sesuatu dianggap memiliki nilai apabila sesuatu tersebut secara intrinsik memang berharga. Pengertian nilai yang berkaitan dengan *item game online* adalah harga atau makna juga kualitas isi suatu *item* dalam kegunannya dalam *game online* yang bersangkutan yang mempengaruhi layak tidaknya *item* tersebut digunakan. Indikator dalam nilai *virtual item*:

---

[7]Fabdi Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian,* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2014), 282

[8]Guo dan Barnes, "*Explaining Purchasing Behavior Within World of Warcraft". Journal of Computer Information Syste*. 2012

a. Nilai harga

b. Nilai visual.[9]

3. Minat Pembelian *Virtual Item*

Dalam bahasan ini minat pembelian yang dimaksudkan adalah pembelian terhadap *virtual item,* dimana *virtual item* merupakan salah satu hal penting dalam *game online*. Dapat disimpulkan minat pembelian *virtual item* merupakan niat atau keinginan dari seorang pemain *game online* untuk membeli barang yang khusus digunakan di dunia maya untuk bermain *game online* itu sendiri atau yang disebut *Virtual Item*. Indikator yang digunakan:

a. Sikap terhadap prilaku

b. Kontrol perilaku membeli.[10]

E. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuisioner atau angket. Dimana pernyataan-pernyataan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-

[9]Lu, H.-P., & Hsiao, K.-L. (2010). The influence of extro/introversion on the intention to pay for social networking sites. Information & Management, 47(3), 150–157.

[10]Kotler, Philip dan Kelvin lane Keller, "*Manajemen Pemasaran"*. Jakarta: PT. Indeks. 2007

item pernyataan.[11] Dengan menggunakan Skala Likert, menjadi dimensi dan dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Indikator ini dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pernyataan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Contoh kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju:

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju **Sangat Setuju**

Sangat Setuju	: Diberi bobot/ skor 4
Setuju	: Diberi bobot/ skor 3
Tidak Setuju	: Diberi bobot/ skor 2
Sangat Tidak Setuju	: Diberi bobot/ skor 1

Dari kategori diatas bahwa angka 1, menunjukan responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan, sedangkan pada angka 4 menunjukan responden sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data.[12] Dan jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data

[11]Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 6

[12]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, 224

sekunder. Data sekunder diperoleh melalui buku-buku, dokumen dan jurnal dengan maksud untuk mengumpulkan teori. Sedangkan data primer sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu proses pengamatan yang dilakukan terhadap objek yang akan diteliti, dimana peniliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat yang akan mengukur dan melakukan uji pada suatu obyek.
2. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[13] Kuesioner yang digunakan disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan Skala Likert.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitattif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur kompetensi karakter dan nilai *virtal item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang* dengan menggunakan *SPSS for windows version 22*.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[14]

---

[13]*Ibid*, 162

[14]Danang Sunyoto, Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 72

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butiran pernyataan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten.[15]

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut :[16]

$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$

Dimana :

Y = Minat Pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online*

X_1 = Kompetensi Karakter

X_2 = Nilai *Virtual Item*

B_1-b_2 = Koefisien Regresi

B_0 = Konstanta

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel dengan variabel terikat, maka digunakanlah teknik bantuan IBM SPSS 22 *for windows*.

---

[15]*Ibid*, 67-68

[16]*Ibid*, 289

4. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis regresi. Dengan terpenuhinya asumsi dasar tersebut, maka hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Penyimpangan tersebut asumsi dasar tersebut dalam regresi dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh masing-masing variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisienya tidak minim lagi. Asumsi dasar menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan unuk mengetahui normal atau tidaknya sesuatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang didistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data yang kita miliki.[17] Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dari hasil grafik histogram, didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti berdistribusi normal.

[17]Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs I.ISRFI. Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (Jakarta: Salemba empat, 2011), 53

Demikian juga dari normal probability plots, menunjukan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.[18]

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (multiko). Koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 10). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multiko.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian dan residual atas suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu8 pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Yprediksi – Y sesungguhnya) yang sudah di studentized. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh

[18]*Ibid*, 91

secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.[19] Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 0,005. Dalam uji ini digunakan rumus yang dikemukakan Riduwan.[20]

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

Dimana:

R = nilai koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya akan dibandingkan dengan F_{tabel}

b. Uji T

Untuk mengetahui apakah variabel independen yang diteliti secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui koefisien penentu yaitu dengan mengkuadratkan koefisien parsial yang akan menjadi koefisien penentu parsial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel X1, X2.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi

[19]Imam Gozali, *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 22, Edisi Ketujuh* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 98.

[20]Ridwan, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula,* (Bandung: Alfabeta, 2012), 142.

semakin besar (mendekati satu) menunjukan semakin banyak kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0<R^2<1$. Sebaliknya, jika R^2 (semakin kecil mendekati nol, maka akan dikatan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel variabel terkait). Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.[21]

Untuk memberikan penafsiran akan besar kecilnya suatu model pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dapat berpedoman pada ketentuan-ketentuan yang dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:[22]

Tabel 2

Kriteria Koefisien Determinasi

Interval	Tingkat Pengaruh
0% - 19,9%	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 79,9%	Sangat kuat

[21]Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010, h. 89.

[22]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 216.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Game Online Mobile Legends Bang Bang

Mobile Legends Bang Bang merupakan permainan multiplayer *online battle arena* yang dibuat oleh *Moonton Corporation* dan terbit pada september 2016, *Mobile Legends Bang Bang* dapat dimainkan secara gratis pada *operation system Android/IOS*. *Mobile Legends Bang Bang* menjadi *game online* yang memiliki aktifitas pemain paling banyak di *Playstore/Apps Store*, dengan puncak 10.000.000 pemain *online* bersamaan setiap hari. *Mobile Legends Bang Bang* juga masuk dalam 10 5 list *game Smartphone online* terbaik. Menurut salah satu web *game online* lokal di Indonesia di www.duniaku.net, di jelaskan bahwa *Mobile Legends Bang Bang* memang layak masuk dalam top 5 list karena memang disamping grafik yang bagus, dan *update* yang rutin, juga memiliki komunitas yang banyak di Indonesia.

B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini adalah 60 kepada subjek penelitian yaitu para konsumen yang pernah bermain *game Mobile Legednds* dan melakukan pembelian *virtual item* di *online shope* yang telah di sediakan oleh pihak *moonton*. Dari 60 kuesioner yang dibagikan kepada para pemain *Mobile Legends*, semua jawabannya lengkap dan layak digunakan dalam analisis. Dibawah ini adalah data deskripsi responden secara umum seperti dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Persentase %
60	60 bundel	60 bundel	`60 bundel	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dan disebar oleh penulis adalah sebanyak 60 responden para pemain *Mobile Legends* yang bermain *game Mobile Legends* dan melakukan pembelian *virtual item* di *online shope* yang tersedia.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase %
1	Laki-Laki	40	66,6%
2	Perempuan	20	33,4%
	Total	60	**100%**

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel diatas menunjukan bahwa dari 60 kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 responden dengan presentasi (66,6)% sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 20 responden dengan presentase (33,4)%. Dalam hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

C. Uji Instrumen Penelitian

Menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berdasarkan perhitungan di tentukan bahw nilai r_{tabel} sebesar 0,30.[1]

Untuk melihat butir pertanyaan atau pernyataan yang valid adalah dalam penelitian ini dengan melihat tabel *Item Total Statistics,* kemudian lihat pada kolom *Corrected Item-Total Corelation,* kemudian di bandingkan dengan nilai yang terdapat pada $r_{tabel.}$ Nilai *Corrected Item-Total Corelation* dari nilai r_{tabel} dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,30 yang dapat kita lihat pada tabel r_{tabel} yang sudah ada.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas X1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X_1.1	13,6833	1,949	,502	,525
X_1.2	13,7000	2,044	,423	,563
X_1.3	13,8500	1,791	,423	,563

[1] Sugiyono, *Metode,* 20.

X_1.4	13,9167	1,908	,502	,522
X_1.5	13,6500	2,469	,119	,694

Tabel 4.4
Hasil X2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X_2.1	13,9333	2,843	,483	,646
X_2.2	14,1333	2,592	,558	,611
X_2.3	14,3667	1,999	,500	,646
X_2.4	14,0500	2,896	,371	,679
X_2.5	14,2500	2,564	,438	,654

Tabel 4.5
Hasil Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	13,9333	2,097	,654	,624
Y.2	13,9333	2,097	,720	,602
Y.3	13,9833	2,593	,304	,758

Y.4	13,9333	2,436	,364	,741
Y.5	13,9500	2,387	,489	,691

Sumber Data: Output SPSS 2021

Tabel 4.3, 4.4, 4.5, di atas menunjukan bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dari positif dari 0,3 yang berarti variabel kompetensi karakter (X_1), nilai *virtual item* (X_2), dan minat pembelian *virtual item* (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 26 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistic SPSS versi 26 *for windows* dapat diketahui hasilnya sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,633	5
,697	5
,734	5

Sumber Data: Output SPSS 2021

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 (α > 0,60) , variabel independen Kompetensi karekter (X1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,633, Nilai *virtual item* (X2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.697, dan variabel dependen Minat pembelian *virtual item* (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.734 yang artinya bahwa variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

D. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi kalsik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhan. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran yang dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu caranya dengan melihat nilai signifikan two tails

yang dihasilkan oleh spearman rank tes. Adapun cara mendeteksinya adalah dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.7
Uji Heteroskedastiditas

Correlations					
			Absoluteres 1	Total x1	Total x2
Spearman's rho	absoluteres 1	Correlation Coefficient	1,000	-,001	,071
		Sig. (2-tailed)	.	,992	,588
		N	60	60	60
	Total x1	Correlation Coefficient	-,001	1,000	,379**
		Sig. (2-tailed)	,992	.	,003
		N	60	60	60
	Total x2	Correlation Coefficient	,071	,379**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,588	,003	.
		N	60	60	60

Sumber Data: Output SPSS 2021

Pada tabel 4.7 Hasil dari spearman’s rho kemudahan, keamanan dan evektivitas pada kolom sig two tailed memiliki nilai 0.992, dan 0.588. Dengan nilai two tailed tersebut di mana > 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendakati normal. Adapun cara untuk

mendeteksinya, yaitu dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.8
Uji Normalitas

N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,44413142
Most Extreme Differences	Absolute	,032
	Positive	,059
	Negative	-,032
Test Statistic		,032
Asymp. Sig. (2-tailed)		,111[c]

Sumber Data: Output SPSS 2021

Pada tabel 4.8 hasil dari Unstandardized Residual pada kolom Most Extreme Differences dibagian absolut hasilnya adalah 0,032. Apabila di bandingkan dengan kolmogorov tabel pada sampel N = 60, yaitu 0,192, maka 0,032 < 0,192 yang berarti data tersebut di nyatakan berdistribusi normal. Hal ini juga di buktikan dari hasil uji probabilitas pada *SPSS 26* yaitu dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) nilainya 0,111 dimana > 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresiv yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi antara vriabel bebas. Nilai tolerance harus > 0,10 dan nilai VIF harus < 10,00 sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi multikolonoeritas.

Tabel 4.9
Uji Multikolonieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,853	1,173
,853	1,173

Sumber Data: Output SPSS 2021

Berdasarkan output tabel 4.9 pada kolom coefficients pada bagian collinearity Statistics di ketahui nilai tolerance untuk variabel Kompetensi karakter (X_1) bernilai 0,853, dan Nilai *virtual item* (X_2) bernilai 0,853, yang artinya lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variable Kompetensi karakter (X_1) bernilai 1,173, dan Nilai *virtual item* (X_2) bernilai 1,173, yang artinya lebih kecil dari 10,00. Jika mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas dapat disimulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 24 for Windows* diperoleh hasil analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,406	1,684
	total_x1	,147	,086
	total_x2	,653	,089

Sumber Data: Output SPSS 2021

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.10, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 3{,}406 + 0{,}147X_1 + 0{,}653X_2}$$

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,406 menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka minat bertransaksi secara non tunai (Y) akan bernilai tetap atau sebesar 3,406.
2. Nilai koefisien variabel kompetrensi karakter (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,147 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel kompetensi karakter maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,147
3. Nilai koefisien variabel nilai *virtual item* (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,653 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel nilai *virtual item* maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,653.

F. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X) benar-benar memberikan konstribusi secara parsial atau terpisah terhadap variabel (Y) atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,406	1,684		2,023	,048
	Total x1	,147	,086	,159	1,712	,092
	Total x2	,653	,089	,685	7,363	,000

Sumber Data: Output SPSS 2021

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* Terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang*

Berdasarkan Tabel 4.11 Kompetensi Karakter (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 1,712 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.092 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.092 > 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Kompetensi Karakter (X_1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *virtual item.*

Nilai *virtual item* (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} 7,363 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat

signifikan) 0,05. Artinya 0.000 < 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Nilai *virtual item* (X_2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat minat pembelian *virtual item* (Y). dengan besaran pengaruh 0,685 atau 68,5%.

G. UJI F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	116,218	2	58,109	39,190	,000[b]
	Residual	84,516	57	1,483		
	Total	200,733	59			

Sumber Data: Output SPSS 2021

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 39,190 > F_{tabel} 3,15 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel (X_1), Kompetensi kar akter (X_2), Nilai *virtual item*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat minat pembelian *virtual item* (Y).

H. UJI R^2

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik *SPSS 26 For Windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.13
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,761[a]	,579	,564	1,21768

Sumber Data: Output SPSS 2021

Tampilan output *SPSS Model Summary* besarnya Adjusted R Square adalah 0,564 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel minat pembelian *virtual item* (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari kompetensi karakter (X_1), Nilai *virtual item* (X_2), sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya (100% - 56,4% = 43,6%) jadi, 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, diluar dari penelitian ini.

I. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kompetensi Karakter dan Nilai *Virtual Item* Terhadap Minat Pembelian *Virtual Item* Dalam *Game Online Mobile Legends Bang Bang*.

1. Berdasarkan Tabel 4.13 kompetensi karakter (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 1,712 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.092 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.092 > 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable kompetensi karakter (X_1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online mobile legends bang bang* (Y).
2. Nilai *virtual item* (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} 7,363 > T_{tabel} 1,670 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.00 < 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable nilai *virtual item* (X_2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online mobile legends bang bang* (Y).
3. Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 39,190 > F_{tabel} 3,15 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel, Kompetensi karakter (X_1), Nilai *virtual item* (X_2), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat minat pembelian *virtual item* (Y).

J. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisisi regresi berganda dengan bantuan *SPSS 26 for Windows* pengaruh kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang*.

Berbeda dalam hasil uji T (parsial), hanya ada satu variabel yang berpengaruh secara parsial yang memberikan pengaruh terhadap Minat Pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends* yaitu variabel nilai *virtual item*. Dan ada variabel yang tidak berpengaruh secara parsial yaitu variabel kompetensi karakter. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel Kompetensi karakter terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online mobile legends bang bang*.

   Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa, variabel kompetensi karakter (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat pembelian *virtual item* (Y). Hal ini di buktikan oleh hasil uji yang menunjukan hasil signifikan (X_1) sebesar 0,092 > 0,05.

   Kompetensi karakter berasal dari kata *"competency"* merupakan kata benda, yang diartikan sebagai: 1) kecakapan, kemampuan, kompetensi 2) wewenang. Kata sifat dari *competence* adalah *competent* yang berarti cakap, mampu, dan tangkas. maka dapat disimpulkan pengertian kompetensi karakter di dalam penelitian ini yaitu dikaitkan dalam bidang *game online* adalah segala kemampuan yang dimiliki karakter dalam *game online* untuk dapat melaksanakan misi - misi yang ada dalam *game online*.[2]

   Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bastian Pengaruh kompetensi karakter, nilai *virtual item* dan kepuasan *game* terhadap intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* Dota 2. Hal ini

[2]Powell, *"Considering Interactions Between Culture And Mathematical Knowledge"* dalam *Ethnomathematics Challenging Eurocentrism in Mathematics Education. Albany: State University of New York Press.*1997

dikarenakan terdapat beberapa karakter yang ada di dalam *game Mobile Legends,* kemampuannya tidak banyak di minati oleh beberapa *player*, sehingga kompetensi karakter yang ada di *game Mobile Legends* bukan menjadi patokan untuk minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends*.

2. Pengaruh variabel nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online mobile legends bang bang*.

Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa, variabel nilai *virtual item* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat pembelian *virtual item* (Y). Hal ini di buktikan oleh hasil uji yang menunjukan hasil signifikan (X_2) sebesar 0,000 < 0,05.

Menurut Guo dan Barnes mendefinisikan produk *virtual* sebagai produk nonfisik, yang hanya dapat dibuat dan digunakan dalam lingkungan dunia maya/*virtual* untuk meningkatkan pengalaman hiburan pemainnya.[3]

Menurut Lin dan Sun, nilai *virtual item* dapat dibedakan menjadi nilai fungsional dan nilai dekoratif. Nilai fungsional sendiri berarti *item* tersebut berpengaruh terhadap kemampuan status suatu karakter *game online*, sedangkan nilai dekoratif berarti *item* tersebut dapat mengubah penampilan suatu karakter dalam *game online*.[4] Nilai disini juga dikaitkan dengan harga riil yang dipatok si penjual *item* dalam *game online*, meliputi sesuai tidaknya

---

[3]Guo dan Barnes, "*Explaining Purchasing Behavior Within World of Warcraft". Journal of Computer Information Syste*. 2012

[4]Lin dan Sun, "*The influence of The Country-of –Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: an empirical study of insuranceand catering services in Taiwan. Journal of Consumer Marketing Vol.23 No.5, 248-265.* 2007

harga suatu *virtual item* dilihat dari nilai yang *item* tersebut memilikin pengaruhnya terhadap karakter *game online*.

Dalam *game online Mobile Legends Bang Bang*, banyak *virtual item* yang diperjual belikan, tentunya harga yang berbeda-beda tergantung dari efek apa yang didapat dari memiliki *virtual item* tersebut. Sesuai dengan apa yang dikatakan Lin dan Sun, *virtual item* dalam *Mobile Legends Bang Bang* ini memiliki berbagai efek yang berbeda-beda bagi pemiliknya. Sehingga dapat merubah tampilan visual karakter dalam *gamen Mobile Legends*, menjadi lebih bagus dan menarik yang tentunya tidak dimiliki semua pemain. Hal inilah yang menjadi pertimbangan pemain untuk membeli *virtual item*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jauhar Khalis, Analisis faktor yang mempengaruhi niat beku *virtual item*: penelitian pada *game players unknown battlegrounds*, dimana penelitian tersebut menunjukan bahwa nilai *virtual item* terbukti berpengaruh secara signifikan pada variabel minat pembelian *virtual item*.

Berdasarkan hasil penelitian, teori, serta hasil penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa variabel nilai *virtual item* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat pembelian *virtual item* (Y).

3. Pengaruh kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang*

   Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 39,190 > F_{tabel} 3,15 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini

memberikan makna bahwa variabel (X_1), Kompetensi karakter (X_2), Nilai *virtual item*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat minat pembelian *virtual item* (Y).

Menurut Kotler dan Keller minat adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.[5]

Nugroho menjelaskan minat beli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan, yamg disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.[6]

4. Pandangan islam terhadap jual beli *vritual item*

Dalam transaksi jual beli, Allah SWT memberikan rambu-rambu agar berjalan dengan prinsip islam yaitu menghindari perselisihan diantara kedua belah pihak, perbuatan yang dilarang. Diantara ketentuan tersebut yaitu anjuran agar setiap transaksi dalam muamalah dilakukan cuka sma suka. Berkaitan dengan transaksi jual beli *virtual item* ini yaitu harga sudah tersedia dan terlihat jelas, jadi tidak ada unsur paksaan karena semua tergantung pada diri si pemain untuk mebelinya atau tidak.

---

[5]Kotler, Philip dan Kelvin lane Keller, "*Manajemen Pemasaran"*. Jakarta: PT. Indeks. 2007

[6]Nugroho Adi, "*E-Commerce (Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya)",* Bandung: Informatika Bandung. 2012

Dalam transaksi jual beli, tidak terlepas dari beberapa syarat dan rukun yang perlu sebagai peraturan dalam bertransaksi jual beli.Sehingga transaksi tersebut menjadi sah sesuai dengan yang ditentukan dalam perjanjian. Sedangkan transaksi jual beli dalam islam telah ditentukan oleh para kalangan ulama' dengan mengacu pada nash Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Allah berfirman dalam Q.S *Annisa* (4): 29, yaitu:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Syarat dan rukun jual beli merupakan pokok ulama' yang perlu diketahui dan diterapkan, agar para pihak penjual dan pembeli tidak terjerumus dalam transaksi yang dilarang oleh syariat, sehingga dalam transaksi jual beli terjalin suatu transaksi yang memenuhi syariatnya.[7]

[7]Abdurahman Al-Jaziri. Syarat Dan Rukun Jual Beli http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=e5fb88b398b042f6cccc (21Juni 2020)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, tentang Pengaruh kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang*, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh secara signifikan dengan variabel kompetensi karakter (X_1), terhadap minat pembelian *virtual item* (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji yang menunjukan hasil signifikan (X_1) sebesar 0,092 > 0,05.
2. Ada pengaruh secara signifikan dengan variabel nilai *virtual item* (X_2) terhadap minat pembelian *virtual item* (Y). Hal ini di buktikan oleh hasil uji yang menunjukan hasil signifikan (X_2) sebesar 0,000 < 0,05.
3. Ada pengaruh secara signifikan kompetensi karakter dan nilai *virtual item* dalam minat pembelian *virtual item*. Hal ini dibuktikan dengan, berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 39,190 > F_{tabel} 3,15 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel, Kompetensi karakter (X_1), Nilai *virtual item* (X_2), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat minat pembelian *virtual item* (Y).

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai pengaruh kompetensi karakter dan nilai *virtual item* terhadap minat pembelian *virtual item* dalam *game online Mobile Legends Bang Bang*, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi *Mobile Legends*

   Dengan maraknya jual beli antar pemain dalam *game online Mobile Legends*, maka disarankan untuk menambah fitur penjualan *virtual item* yang dapat langsung dibeli dari server *Mobile Legends* sendiri, baik menggunakan voucher atau cara transaksi lainnya.

2. Bagi penjual *Virtual Item*

   Para penjual *virtual item* disarankan untuk lebih memperhatikan nilai kemampuan *virtual item* yang mereka jual, tentunya dengan harga yang masuk akal dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki *virtual item* itu sendiri. Pihak penjual juga disarankan untuk dapat meyakinkan konsumennya bahwa *virtual item* yang mereka jual dapat mempermudah dan memperlancar proses permainan. Langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat pembelian *virtual item*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi minat pembelian *virtual item*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam penelitian seperti menggunakan metode wawancara mendalam

terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dan mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press. 2004.

A. Kurniawal Putra, *"Motif Player Dalam Proses Pembelian Virtual Goods Pada Permainan Game Online"*. (Skripsi Universitas Bengkulu (2014).

Anggraini, Devi. *Fungsi Nilai Uang dan Fungsi Bank Sentral*. 2013.

Adi, Nugroho. *E-commerce (Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya*. Bandung: Informatika Bandung. 2012

Al-Jaziri Abdurahman Syarat dan Rukun Jual Beli, http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=e5fb88b398b042f6cccc.

Bastian, *"Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai Virtual Item dan Kepuasan Game Terhadap Intensi Pembelian Virtual Itemn Dalam Game Online Dota II"*. (Skripsi Universitas Yogyakarta (2012).

Bames, dan Guo. *"Exploring Purchasing Behavior Within World of Warcraft"*. Journal of Computer Information Syste. 2012.

Cha, *"Exploring The Internet As A Unique Shoppin Channel To Sell Both Real And Virtual Item: A Comparison Of Factors Affecting Purchaseintention And Consumer Characteristic"*. Journal of Electronic Commerce Reaserch. 2011

Djahiri. *Dasar dan Pendidikan Nilai Moral*. Jakarta: Depdikbud. 2009

Gozali, imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013

Hai Grid Id, "*Perkembangan Mobile Legends Di Indonesia Dari 2016 Sampai Sekarang*". https://hai.grid.id/read/07931946/perkembangan-mobile-legends-di-dunia-dan-indonesia-dari-2016-sampai-sekarang.

Hendry, "*Populasi dan Sampel*", Teori Online https://teorionline.wordpress.com/-2010/01/24/populasi-dan-sampel/comment-page-4/,)

J. Fairfeild. *Virtual Property Boston University Law review,Vol. 85.*

Julianti, Winda dan Haryadi Sarjono. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat. 2011

Kim, dan Whang. *The Effect of Perceived Trust On Electronic Commerce: Shopping Online For Tourismproducts And Service In South Korea*. 2005

Keller, Kotler, Philip dan Kelvin. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. 2007

Lu, H.-P., & Hsiao, K.-L. (2010). The influence of extro/introversion on the intention to pay for social networking sites. Information & Management, 47(3), 150–157.

Nadia rahmani, *"*Analisis Transaksi Jual Beli *Account Game Online Mobile Legends* Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)*".* (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No. 1 Tahun 2021)

Nira nurani widya dewi, "Frekuensi Pembelian dan Metode Pembelian Virtual Item Berbagai Jenis Game Online Berdasarkan Karakteristik Biografis (Studi kasus pada pemain game online di kota Palu)". (Skripsi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu 2019).

Nasrun, Haroen, "*Berbagi Untung Mainan Fantasi"*. http://sobatmuda.multiply.com/journal/300/berbagi_Untung_Mainan_Fantasi.

Powell, *"Consideting Interactions Between Culture And Mathematical Knowledge"*. (University of New York (1997).

Purnomo, Eko. *"Pengaruh Harga, KualitasProduk dan Lokasi Terhadap Minat Pembelian Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)".* (Skripsi Universitas Pasir Pengaraian (2016).

Ridha, *"Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru PAI Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Di SDIT Rabbani Kota Bengkulu"*. (Skripsi Institut Agama Islam Negri Bengkulu (2018).

Ridwan. *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula.* Bandung: Alfabeta. 2012.

Rian randy suryono, "Perilaku Pemain Game Online Terhadap Pembelian Virtual Item" (Skripsi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu 2019).

Robbin, *"Perilaku Organisasi"*. Jakarta: Salemba Empat. 2007.

Sun, dan Lin, *"The influence of The Country-of –Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: an empirical study of insuranceand catering services in Taiwan".* Journal of Consumer Marketing. 2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Subyabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2010.

Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS. 2011.

Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi. 2010.

Tjiptono, Fabdi. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian.* Yogyakarta: Penerbit Andi. 2014.

Telkom Info *"Perkembangan Pengguna Jaringan Internet di Indonesia"* http://www.telkominfoindonesia.com

Wu, Ting-Yun dan Cheng-Hsun, *"Factors Affecting To purchase Virtual Goods In Online Games"*. (National taipei University. (2012).

Wibowo, *"Manajemen Kinerja"*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasada. 2007.

Yaniawati, Poppy dan Rully Indrawan. *Metode Penelitian.* Bandung: PT. Rafika Aditama. 2014.

LAMPIRAN

1

No :

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Proposal/Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh geler Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negri Palu maka yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Robi Awaludin

NIM : 15.3.12.0009

Judul Penelitian : **Pengaruh Kompetensi Karakter Dan Nilai Virtual Item Terhadap Minat Pembelian Virtual Item Dalam Game Online Mobile Legends Bang Bang**

Berkaitan dengan penelitian tersebut, maka saya meminta kerelaan dan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi atau keadaan yang sebenarnya. Sesuai dengan etika penelitian, data yang saudara/i berikan akan terjamin kerahasiaanya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kesedian dan partisipasi saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Muhammad Robi Awaludin
15.3.12.0009

Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
2. Usia : .....
3. Pekerjaan : .....
4. Pendidikan : .....

B. Ketentuan Umum

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan cermat dan teliti.

2. Berilah Tanda (√) pada jawaban yang menurut saudara/i paling sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban diharapkan tidak ada yang dikosongkan

C. Alternatif Jawaban

SS = sangat setuju

S = setuju

TS = tidak setuju

STS = sangat tidak setuju

1. Variabel Kompetensi Karakter

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Semua karakter yang ada didalam *game Mobile Legends* mempunyai kompetensi (kemampuan) masing masing.				
2.	Bentuk karakter yang ada di dalam *game Mobile Legends* semuanya beraneka ragam/bermacam-macam..				
3.	Jenis karakter yang ada di dalam *game Mobile Legends* berbagai macam.				
4.	Semua karakter yang ada di dalam *game*				

	Mobile Legends memiliki perannya masing masing.				
5.	Karakter-karakter yang ada di dalam *game Mobile Legends* didapatkan secara gratis.				

2. Variabel Virtual Item

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Harga virtual item yang tertera di dalam *game Mobile Legends* relatif murah.				
2.	Dengan adanya virtual item membantu meningkatkan semangat bermain *game Mobile Legends.*				
3.	Untuk mendapatkan virtual item *game Mobile Legends* harus menggunakan uang riil.				
4.	Saya lebih suka mengkoleksi virtual item yang *Limited Edition* dalam *game Mobile Legends*.				
5.	Sering mengikuti *event* virtual item yang di bagikan secara gratis dalam *game Mobile Legends.*				

3. Variabel Minat Pembelian Virtual Item

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya sering membeli virtual item *game Mobile Legends* dengan jumlah yang banyak.				
2.	Saya lebih suka membeli virtual item *game Mobile Legends* dengan cara menabung.				
3.	Saya akan membeli virtual item *game Mobile Legends* ketika saya gajian.				
4.	Setiap ada potongan harga, saya akan langsung membeli virtual item *game Mobile Legends.*				
5.	Saya lebih suka membeli virtual item *game Mobile Legends* sesuai keinginan.				

LAMPIRAN 2

TABULASI KUESIONER

A. KOMPETENSI KARAKTER (X1)

NO	NOMOR PERTANYAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	2	14
2	4	3	4	4	3	18
3	4	4	3	3	3	17
4	3	3	2	2	2	12
5	3	3	2	2	2	12
6	3	3	3	3	2	14
7	3	3	3	3	3	15
8	4	3	3	3	2	15
9	3	3	3	3	3	15
10	3	4	4	3	4	18
11	3	4	3	3	3	16
12	3	3	2	3	2	13
13	3	3	4	3	3	16
14	3	3	4	3	3	16
15	3	4	4	3	4	18
16	4	4	3	4	4	19
17	4	4	3	3	1	15
18	4	4	4	3	2	17
19	3	3	2	3	3	14
20	4	4	3	3	4	18
21	3	3	2	3	2	13
22	4	3	3	3	3	16
23	3	3	3	3	3	15
24	3	4	3	4	3	17
25	3	3	3	3	3	15
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	1	17
29	4	4	4	4	3	19
30	3	3	4	3	3	16
31	4	3	4	4	3	18
32	4	4	3	3	3	17
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	3	3	3	17
35	3	3	3	3	4	16

36	4	3	3	3	3	16
37	4	3	4	4	3	18
38	4	3	3	4	4	18
39	3	4	4	3	4	18
40	3	4	3	3	4	17
41	4	4	3	4	3	18
42	3	3	4	3	3	16
43	3	4	4	3	4	18
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	3	3	3	17
46	4	4	4	3	4	19
47	3	3	3	4	4	17
48	4	4	3	3	4	18
49	3	3	3	3	3	15
50	4	3	3	3	3	16
51	3	3	3	3	3	15
52	3	4	3	3	3	16
53	3	3	4	4	4	18
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	3	19
57	4	4	4	3	4	19
58	4	4	4	4	3	19
59	3	3	4	3	4	17
60	4	3	4	3	4	18

B. VIRTUAL ITEM (X2)

NO	**NOMOR PERTANYAAN**					**JUMLAH**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
1	4	4	4	3	4	19
2	4	4	4	3	4	19
3	3	3	1	3	4	14
4	3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	3	15
6	4	4	1	4	3	16
7	4	3	4	4	4	19
8	4	3	2	3	4	16
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	3	4	3	18

11	4	3	1	4	4	16
12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	2	4	3	15
14	4	3	3	4	3	17
15	4	3	3	3	3	16
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	3	3	4	3	17
19	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	3	3	15
21	4	3	3	3	3	16
22	3	3	3	3	3	15
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	2	4	2	16
25	4	4	4	3	4	19
26	4	3	4	4	2	17
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	2	18
31	4	4	3	4	3	18
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	3	3	17
34	4	3	4	4	4	19
35	3	4	4	4	4	19
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	3	4	3	18
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	4	3	16
40	4	4	4	3	4	19
41	4	4	3	4	3	18
42	3	3	3	4	3	16
43	3	3	3	3	3	15
44	4	3	3	4	3	17
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	3	3	3	17
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	3	3	3	17
50	4	3	3	3	3	16
51	3	3	3	3	3	15

52	3	3	3	3	3	15
53	4	4	3	3	3	17
54	4	4	4	4	4	20
55	4	3	4	4	4	19
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	3	3	4	3	17
60	3	3	4	4	4	18

C. MINAT PEMBELIAN (Y)

NO	NOMOR PERTANYAAN					JUMLAH
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
1	4	4	3	3	3	17
2	4	4	4	2	4	18
3	4	3	4	4	3	18
4	3	3	3	2	3	14
5	3	3	3	3	3	15
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	3	4	4	19
9	4	4	4	4	4	20
10	3	3	3	4	3	16
11	4	3	3	4	3	17
12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	2	3	4	15
15	3	4	4	4	4	19
16	4	3	3	4	4	18
17	4	4	4	4	3	19
18	3	3	4	4	3	17
19	4	4	3	4	4	19
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	4	3	16
22	3	3	4	3	3	16
23	3	3	3	3	3	15
24	2	3	3	3	3	14
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	3	4	4	19

27	4	4	4	3	4	19
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	3	3	17
31	3	4	3	3	4	17
32	4	4	3	4	4	19
33	3	3	3	4	3	16
34	4	4	4	3	4	19
35	4	3	3	3	4	17
36	4	4	3	4	4	19
37	3	4	3	4	3	17
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	4	3	16
40	4	4	4	4	3	19
41	3	3	4	3	3	16
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	4	3	4	17
44	3	4	4	4	4	19
45	4	3	4	3	3	17
46	4	4	4	4	3	19
47	3	3	4	4	3	17
48	4	4	3	4	4	19
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	4	4	17
51	3	3	4	3	3	16
52	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	3	4	16
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	3	4	4	19
56	4	4	4	3	4	19
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	4	3	3	16
60	4	4	4	3	3	18

LAMPIRAN

3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

A. Uji Validitas.

1. Variabel Kompetensi Karakter (X_1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	13,6833	1,949	,502	,525
x1.2	13,7000	2,044	,423	,563
x1.3	13,8500	1,791	,423	,563
x1.4	13,9167	1,908	,502	,522
x1.5	13,6500	2,469	,119	,694

2. Variabel Nilai *Virtual Item* (X_2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	13,9333	2,843	,483	,646
x2.2	14,1333	2,592	,558	,611
x2.3	14,3667	1,999	,500	,646
x2.4	14,0500	2,896	,371	,679
x2.5	14,2500	2,564	,438	,654

3. Variabel Minat Pembelian *Virtual Item* (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	13,9333	2,097	,654	,624
y1.2	13,9333	2,097	,720	,602
y1.3	13,9833	2,593	,304	,758
y1.4	13,9333	2,436	,364	,741
y1.5	13,9500	2,387	,489	,691

B. Uji Realibilitas

1. Variabel Kompetensi Karakter (X_1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	60	100,0

2. Variabel Nilai Virtual Item (X_2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded[a]	0	,0

	Total	60	100,0

3. Variabel Minat Pembelian Virtual Item (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	60	100,0

HASIL UJI ANALISIS LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	total_x2, total_x1[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: total_y

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761[a]	,579	,564	1,21768

a. Predictors: (Constant), total_x2, total_x1

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116,218	2	58,109	39,190	,000[b]
	Residual	84,516	57	1,483		

	Total	200,733	59			

a. Dependent Variable: total_y

b. Predictors: (Constant), total_x2, total_x1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,406	1,684		2,023	,048
	total_x1	,147	,086	,159	1,712	,092
	total_x2	,653	,089	,685	7,363	,000

a. Dependent Variable: total_y