

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	1
1.1.1 Profil Singkat PUBG Corporation	1
1.1.2 Profil Singkat PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 PERTANYAAN PENELITIAN	12
1.5 TUJUAN PENELITIAN	13
1.6 KEGUNAAN PENELITIAN	14
1.7 RUANG LINGKUP PENELITIAN	14

1.7.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	14
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	14
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Perilaku konsumen.....	18
2.1.3 Nilai yang dipersepsikan.....	18
2.1.4 Emotional Value.....	19
2.1.5 Performance/quality value	20
2.1.6 Social value.....	20
2.1.7 Price value.....	21
2.1.8 <i>Mobile Game Loyalty</i>	22
2.1.9 Niat Beli	22
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	24
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	30
2.4 HIPOTESIS	31
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 KARAKTERISTIK PENELITIAN.....	33
3.2 OPERASIONAL VARIABEL & SKALA PENGUKURAN.....	33
3.2.1 OPERASIONAL VARIABEL.....	33
3.2.2 SKALA PENGUKURAN.....	35

3.3 TAHAPAN PENELITIAN	36
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel	37
3.5. PENGUMPULAN DATA.....	38
3.6. UJI VALIDITAS, RELIABILITAS DAN KECOCOKAN MODEL.....	38
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6.3 Kecocokan Model (Goodness of Fit)	40
3.7. TEKNIK ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	41
3.6.3 Pemodelan Persamaan Struktural	43
3.6.4 Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Pengumpulan Data	47
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	47
4.2.2 Penilaian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	49
4.2.3 Uji Hipotesis.....	52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.3.1 H1: <i>Playfulness</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>loyalty</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	56
4.3.2 H2: <i>Playfulness</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>in-app purchase intention</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.	56

4.3.3 H3: <i>Access flexibility</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>loyalty</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	57
4.3.4 H4: <i>Access flexibility</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>in-app purchase intention</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	58
4.3.5 H5: <i>Connectedness</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>loyalty</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	59
4.3.6 H6: <i>Connectedness</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>in-app purchase intention</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.	59
4.3.7 H7: <i>Good price</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>loyalty</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	60
4.3.8 H8: <i>Good price</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>in-app purchase intention</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.	60
4.3.9 H9: <i>Connectedness</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>Good price</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.....	61
4.3.10 H10: <i>loyalty</i> memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap <i>in-app purchase intention</i> pengguna <i>mobile game</i> PUBG.	62
BAB V	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
5.2.2 Saran Praktis	64
5.2.2 Saran Akademis	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	75