

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Performance Expectancy</i> .....	18

2.1.2	<i>Effort Expectancy</i> .....	19
2.1.3	<i>Social Influence</i> .....	20
2.1.4	<i>Purchase Intention</i> .....	22
2.1.5	Behavioural Use .....	23
2.2	Penelitian Terdahulu .....	24
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ....	27
2.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	27
2.3.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	28
2.3.4	Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap Behavioural Use .....	29
2.4	Model penelitian .....	29
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>32</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	32
3.1.1	Jenis Penelitian .....	32
3.1.2	Jenis Data.....	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi .....	34
3.2.2	Sampel .....	34
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	38
3.5	Metode Penelitian .....	39
3.5.1	Pengolahan Data .....	40
3.5.2	Statistik Deskriptif .....	40

3.5.3	Structural Equation Model.....	41
3.5.4	Uji Reliabilitas .....	53
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>55</b>
4.1	Gambaran Umum .....	55
4.1.1	PUBG Mobile.....	55
4.1.2	Profil Responden .....	56
4.1.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	56
4.1.2.2	Domisili Responden .....	57
4.1.2.3	Usia Responden .....	57
4.2	Analisis Data .....	57
4.2.1	Tanggapan Responden.....	58
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel .....	65
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectacy</i> . 65	
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectacy</i> .....	67
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i> .....	68
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	69
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Behavioral Use</i> .....	71
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	72
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	78
4.2.3.2	Evaluasi Outliers .....	79
4.2.3.2.1	Univariate Outliers .....	79
4.2.3.2.2	Multivariate Outliers .....	80
4.2.3.2.3	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	83
4.2.3.2.4	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	84

4225.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	84
4225.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	85
4.2.4	Analisis Full Structure Equation Modeling .....	86
4.2.5	Uji Reliability .....	89
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	89
4.2.6.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	90
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	90
4.2.6.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	91
4.2.6.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	91
4.3	Pembahasan .....	91
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>102</b>
5.1	Kesimpulan.....	102
5.1.1.	Simpulan Atas Hipotesis .....	102
5.1.1.1.	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Behavioural Use.....	102
5.1.1.2.	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	104
5.1.1.3.	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	105
5.1.1.4.	Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap Behavioural Use .....	106
5.1.2.	Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	107
5.2	Implikasi .....	108
5.2.1	Implikasi Teori .....	108
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	108
5.3	Rekomendasi .....	110
DAFTAR PUSTAKA.....		112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Mobile Games .....	2
Gambar 1. 2 Pendapatan Games Free-to-play .....	3
Gambar 1. 3 Surabaya Game Challenge.....	7
Gambar 1. 4 Top Grossing Battle Royale.....	7
Gambar 1. 5 Fitur Topup PUBG Mobile .....	9
Gambar 1. 6 Fitur Training Grounds PUBG Mobil .....	10
Gambar 1. 7 Kolaborasi PUBG Mobile dengan Alan Walker dan Blackpink .....	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu .....	25
Gambar 2. 2 Hasil penelitian terdahulu .....	25
Gambar 2. 3 Model Penelitian terdahulu.....	30
Gambar 2. 4 Bagan Alur Berpikir .....	31
Gambar 3. 1 Keterangan Hubungan Konstruk .....	47
Gambar 4. 1 Nilai Batas Mahalanobis Distance .....	81
Gambar 4. 2 Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	82
Gambar 4. 3 Faktor Konfirmatori Variabel Endogen <i>Purchase Intention</i> dan Behavioral Use .....	85
Gambar 4. 4 Full Structure Equation Model .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
Tabel 3. 3 Interval Rata-Rata Variabel Penelitian .....	40
Tabel 3. 4 Keterangan Indikator Konstruk.....	44
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen .....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 4 Penilaian Responden .....	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Performance Expectacy .....	59
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Effort Expectacy .....	60
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i> .....	61
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	63
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Behavioral Use .....	64
Tabel 4. 10 Distribudi Jawaban responden Terhadap Variabel Performance Expectacy .....	65
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban responden Terhadap Variabel Effort Expectacy ....	67
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban responden Terhadap Variabel <i>Social Influence</i> ....	68
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	69
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban responden Terhadap Variabel Behavioral Use.....	71
Tabel 4. 15 Goodness of Fit Index.....	74
Tabel 4. 16 Hasil RMSEA .....	75
Tabel 4. 17 Hasil GFI .....	75
Tabel 4. 18 Hasil AGFI .....	76
Tabel 4. 19 Hasil CMIN/DF .....	76
Tabel 4. 20 Hasil TLI .....	77
Tabel 4. 21 Hasil CFI .....	77

Tabel 4. 22 Evaluasi Normalitas Data.....	78
Tabel 4. 23 Statistik Deskriptif Z-Score .....	80
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Outliers .....	81
Tabel 4. 25 – Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Performance Expectacy, Effort Expectacy, dan <i>Social Influence</i> .....	85
Tabel 4. 26 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Purchase Intention</i> dan Behavioral Use .....	86
Tabel 4. 27 Index Pengujian Kelayakan .....	87
Tabel 4. 28 Regression Weight Full Structure Equation Model .....	88
Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4. 30 Hasil Pengujian Hipotesis.....	90
Tabel 4. 31 Indikator Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	94
Tabel 4. 32 Indikator Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	96
Tabel 4. 33 Indikator Variabel <i>Social Influence</i> .....	97
Tabel 4. 34 Indikator Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	99
Tabel 4. 35 Indikator Variabel Behavioral Use.....	100
Tabel 5. 1 Implikasi Teori .....	108
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B : DATA ISIAN KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL.....	D-1
LAMPIRAN E : RELIABILITAS.....	E-1

