

# PENGARUH IKLAN, HARGA DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIAMOND PADA GAMES ONLINE MOBILE LEGENDS (Studi Kasus Pada Konsumen Codashop)

Nama Mahasiswa : Aisyah

Nomer Induk Mahasiswa: 1011910006

Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.



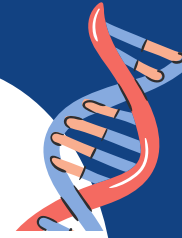
## 1 DESKRIPSI



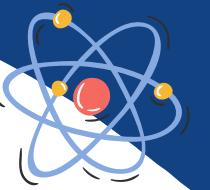
Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah komunikasi dan penerimaan informasi di berbagai bidang kehidupan, termasuk dunia hiburan. Game online menjadi bentuk hiburan yang semakin populer di era digital ini. Salah satu game online paling dominan di industri ini adalah Mobile Legends: Bang Bang. Mobile Legends adalah game MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) dengan pertarungan seru antar tim pemain. Mobile Legends merupakan game dari perusahaan bernama Moonton yang kini telah diunduh oleh lebih dari 100 juta pengguna yang menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang memainkan game Mobile Legends terbesar di dunia. Mobile Legends adalah salah satu yang paling populer. game gratis populer di Google Play Store, memiliki sekitar 170 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, 50 juta pemain aktif bulanan di Indonesia.

## 2 RUMUSAN

1. Bagaimana pengaruh iklan mempengaruhi keputusan pembelian diamond pada games online Mobile Legends?
2. Bagaimana pengaruh harga mempengaruhi keputusan pembelian diamond pada games online Mobile Legends?
3. Bagaimana pengaruh Influencer mempengaruhi keputusan pembelian diamond pada games online Mobile Legends?
4. Bagaimana iklan, harga dan Influencer marketing mempengaruhi keputusan pembelian diamond bersama-sama pada games online Mobile Legends?



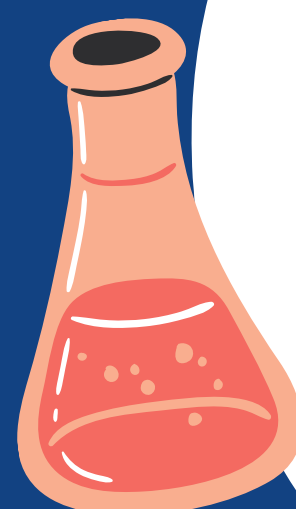
## 3 ANALISI



Dalam penelitian ini menggunakan 200 sampel yaitu pemain aktif game Mobile Legends, yang membeli diamond di Codashop. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, Tempat Tinggal (Provinsi) dan Karakteristik responden diperoleh berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner dalam bentuk google form deskripsi karakteristik.

## 4 Hasil

Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada game online Diamond Mobile Legends. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  lebih kecil dari  $t$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian diamond di Codashop. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diamond pada game online Mobile Legends. Nilai  $t$  hitung juga lebih kecil dari  $t$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya harga berpengaruh negatif terhadap keputusan membeli diamond dari Codashop. Influencer marketing tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diamond di game mobile online legendaris tersebut. Nilai  $t$  hitung masih lebih kecil dari  $t$  tabel, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa influencer marketing tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berlian Codashop. 4. Secara bersama-sama, promosi, harga, dan influencer marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diamond Codashop di game online Mobile Legends. Hal ini diperkuat dengan hasil uji  $F$ , dimana nilai  $F$  hitung lebih kecil dari  $F$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara umum periklanan, harga dan influencer marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian diamond Codashop pada game online Mobile Legends



## 5 METODE PENELITIAN

