

Pengaruh Kelompok Acuan, Ekspresi Citra Diri Sosial Dan Kepuasan Bermain Game Terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual Dalam Game Mobile Legends

The Influence of Reference Groups, Social Self-Image Expression, and Gaming Satisfaction on The Purchase Decision of Virtual Products in the Mobile Legends Game

Philif Marganda Simanjuntak^a, Robby Wang^b, Rubern Hu^c,
Fenny Krisna Marpaung^{d*}, Christin Imelda Girsange^e
Universitas Prima Indonesia, Medan^{a,b,c,d}
Universitas Simalungun, Kota Pematang Siantar^e
Email: fennykrisnamarpaung@unprimdn.ac.id

Abstract

Online games are a form of interactive entertainment played via the internet, allowing players from various locations to compete and interact directly. One of the popular online games among the public is Mobile Legends. However, in recent times, there has been a decline in the number of virtual item purchases in this game. This phenomenon is reflected in the decreasing number of active players and lower user ratings due to dissatisfaction with the gaming experience. Based on observations, this decline is suspected to be caused by several factors such as the influence of reference groups, the expression of social self-image, and the level of satisfaction in playing the game. The research involved a population of Mobile Legends players in the city of Medan, whose exact number is unknown. Therefore, the sample was selected using the Lemeshow formula, which is appropriate for populations that are not clearly defined. The researcher employed accidental sampling a method where respondents are selected based on chance with a total of 96 respondents. The results of the analysis indicate that reference groups, expression of social self-image, and gaming satisfaction each have a significant influence, both individually and simultaneously, on the decision to purchase virtual items in Mobile Legends.

Keywords: Reference Group, Social Self-Image Expression, Satisfaction, Purchase Decision

Abstrak

Permainan daring (game online) merupakan bentuk hiburan interaktif yang dimainkan melalui jaringan internet, memungkinkan para pemain dari berbagai lokasi untuk berkompetisi dan berinteraksi secara langsung. Salah satu game online yang populer di kalangan masyarakat adalah Mobile Legends. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, terjadi penurunan dalam jumlah pembelian item virtual pada game ini. Fenomena tersebut tercermin dari berkurangnya jumlah pemain aktif serta rating pengguna yang menurun akibat rasa ketidakpuasan terhadap pengalaman bermain. Berdasarkan hasil observasi, penurunan ini diduga disebabkan oleh beberapa faktor seperti pengaruh kelompok acuan, ekspresi citra diri sosial, serta tingkat kepuasan dalam bermain game. Penelitian ini melibatkan populasi pemain Mobile Legends di kota Medan, yang jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, digunakan metode pengambilan sampel berdasarkan rumus Lemeshow, yang sesuai untuk populasi tak terdefinisi secara jelas. Peneliti menerapkan teknik accidental sampling, yaitu pemilihan responden secara kebetulan, dengan total responden sebanyak 96 orang. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kelompok acuan, ekspresi citra diri sosial, dan kepuasan bermain secara masing-masing maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game Mobile Legends.

Kata Kunci: Kelompok Acuan, Ekspresi Citra Diri Sosial, Kepuasan, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Permainan daring adalah jenis permainan yang diakses melalui jaringan internet dan memungkinkan para pemain dari berbagai wilayah untuk berinteraksi serta bertanding secara langsung dalam waktu nyata. Game online hadir dalam berbagai genre, mulai dari permainan peran (RPG), tembak-menembak, hingga simulasi dan strategi. Kelebihan utama dari permainan ini terletak pada kemampuannya menjalin konektivitas global, menciptakan komunitas virtual di mana para pemain dapat bekerja sama maupun bersaing tanpa batasan geografis. Selain itu, game online juga biasanya dilengkapi dengan fitur-fitur sosial seperti ruang obrolan, daftar teman, dan sistem liga, yang menambah dimensi interaktif dalam permainan. Dengan adanya pembaruan berkala berupa fitur baru dan konten tambahan, game online mampu mempertahankan ketertarikan pemain dan terus menawarkan tantangan yang dinamis.

Salah satu game online populer saat ini adalah Mobile Legends, sebuah permainan bergenre multiplayer online battle arena (MOBA) yang dikembangkan oleh Moonton. Dalam permainan ini, pemain membentuk tim beranggotakan lima orang untuk bertarung melawan tim lain di arena digital, dengan tujuan utama menghancurkan markas musuh sembari melindungi markas sendiri. Setiap pemain memilih karakter atau "hero" yang memiliki kemampuan khusus, dan kemenangan hanya bisa diraih melalui kerja sama tim serta strategi yang matang. Mobile Legends juga menyediakan berbagai mode permainan, sistem peringkat, serta fitur sosial yang memungkinkan pemain berinteraksi lebih dalam dengan teman dan lawan main. Game ini menawarkan berbagai produk digital yang dapat dibeli, dan sebagian produk hanya bisa diperoleh melalui sistem undian atau gacha.

Namun demikian, saat ini terdapat kecenderungan penurunan jumlah pembelian item dalam game Mobile Legends, yang sejalan dengan menyusutnya jumlah pemain aktif dan turunnya rating kepuasan dari para pengguna. Salah satu penyebabnya adalah munculnya game-game baru yang menarik minat pemain untuk berpindah. Hasil observasi menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengaruh kelompok acuan, ekspresi citra diri sosial, dan kepuasan dalam bermain game turut berkontribusi pada menurunnya jumlah pemain.

Dalam konteks Mobile Legends, kelompok acuan seringkali memainkan peran penting dalam membentuk perilaku bermain. Pemain merasa terdorong untuk mengikuti gaya bermain, strategi, atau pilihan hero yang disarankan oleh komunitas atau teman-teman sepermainan. Tekanan ini kadang membuat pemain mengabaikan preferensi pribadi atau potensi pendekatan yang lebih sesuai dengan gaya bermain mereka. Bahkan, standar tertentu yang diberlakukan oleh kelompok, seperti target peringkat atau performa, bisa menimbulkan stres dan mempengaruhi kepuasan bermain. Tak jarang, lingkungan permainan juga menjadi kurang nyaman akibat adanya perilaku negatif atau tidak sportif dari sesama pemain.

Masalah lain yang kerap muncul berkaitan dengan ekspresi citra diri sosial. Banyak pemain berusaha menampilkan identitas mereka secara positif di mata komunitas. Untuk mencapai hal ini, mereka merasa terdorong menunjukkan kemampuan tinggi, menggunakan hero populer, atau mengikuti tren permainan yang sedang berkembang. Akibatnya, tekanan sosial ini bisa membuat pemain mengesampingkan kesenangan pribadi dalam bermain dan malah fokus pada pencitraan. Ketika mereka merasa tidak mampu memenuhi ekspektasi dari kelompok

atau mendapat tanggapan negatif, hal ini dapat menurunkan rasa percaya diri dan kepuasan bermain.

Kepuasan dalam bermain juga menjadi faktor krusial dalam pengalaman game. Ketika ekspektasi pemain tidak terpenuhi, misalnya akibat kekalahan beruntun, sistem peringkat yang dianggap tidak adil, atau koordinasi tim yang buruk, mereka cenderung merasa kecewa. Faktor eksternal seperti adanya pemain curang atau sistem mikrotransaksi yang tidak seimbang juga berkontribusi pada penurunan kenyamanan bermain. Hal ini menyebabkan berkurangnya motivasi dan minat untuk terus bermain.

Dalam hal pembelian skin atau item kosmetik dalam *Mobile Legends*, pengaruh kelompok acuan, citra diri sosial, dan kepuasan bermain saling terkait. Pemain mungkin terdorong membeli skin tertentu karena ingin mendapatkan pengakuan atau menunjukkan status sosial di lingkungan komunitas game. Di sisi lain, mereka juga menggunakan skin sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas atau karakter mereka dalam permainan. Namun, jika produk yang dibeli ternyata tidak sesuai harapan atau tidak meningkatkan pengalaman bermain, maka rasa puas terhadap permainan bisa menurun. Pada akhirnya, ketidakpuasan ini bisa memengaruhi keputusan pemain untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang, serta menurunkan nilai yang dirasakan dari pengeluaran mereka dalam game.

2. Metode

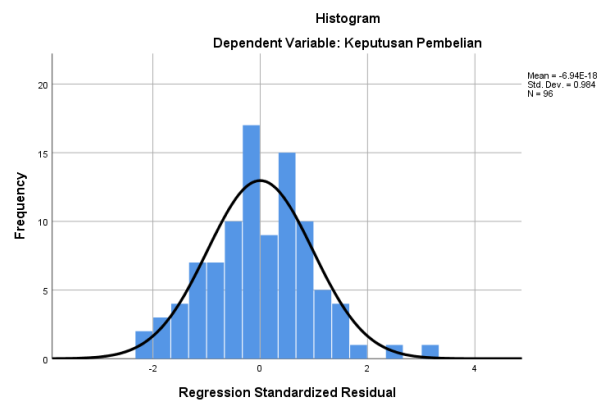
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena mengikuti alur sistematis dan terstruktur. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif kausal atau eksplanatori, yaitu menelusuri hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang berbeda. Perubahan pada variabel independen diasumsikan mampu memengaruhi atau mengakibatkan perubahan pada variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna atau pemain game *Mobile Legends* di Kota Medan. Karena jumlah pastinya tidak diketahui (populasi tak terbatas), maka digunakan metode pengambilan sampel dengan rumus Lemeshow, yang cocok diterapkan untuk populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu peneliti akan memilih responden secara kebetulan atau siapa saja yang tersedia dan sesuai dengan kriteria.

Model penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena berdasarkan data numerik yang diperoleh, disajikan dalam bentuk tabel, diagram, atau grafik. Teknik analisis data dimulai dengan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi normal, uji multikolinieritas untuk memastikan tidak adanya hubungan antar variabel independen secara berlebihan melalui nilai VIF dan Tolerance, serta uji heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual bersifat konstan atau tidak. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumus $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$. Untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan koefisien determinasi ($Adjusted R^2$). Uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengukur pengaruh parsial dan uji F untuk mengukur pengaruh simultan, di mana keputusan didasarkan pada nilai signifikansi 0,05.

3. Hasil Dan Pembahasan

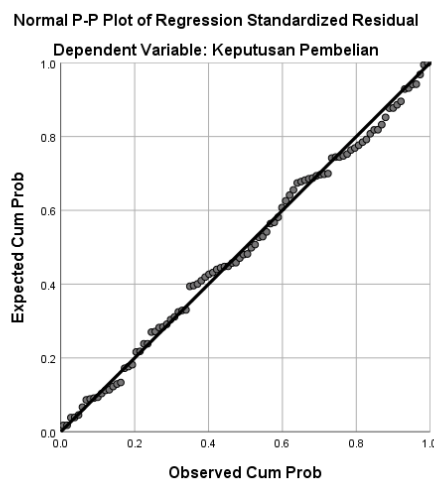
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1 Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2 Normal Probability Plot of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1 One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89349417
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.042
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Berikut ini hasil pengujiannya:

Tabel 2 Multicollinearity Test

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.926	2.817		.684	.496		
	Kelompok Acuan	.446	.077	.463	5.803	.000	.789	1.267
	Ekspresi Cita Diri Sosial	.342	.076	.361	4.524	.000	.787	1.271
	Kepuasan Bermain Game	.191	.063	.215	3.032	.003	.995	1.005

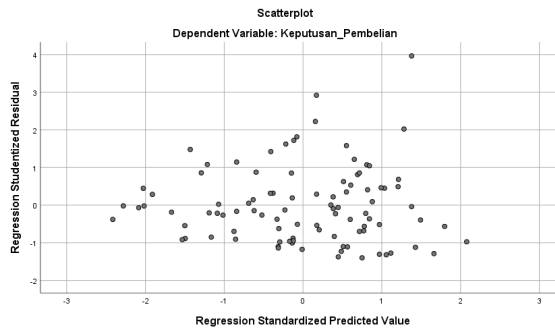
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3 Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4 Multiple Linear Regression Analysis Test

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.926	2.817		.684	.496		
Kelompok Acuan	.446	.077	.463	5.803	.000	.789	1.267
Ekspresi Cita Diri Sosial	.342	.076	.361	4.524	.000	.787	1.271
Kepuasan Bermain Game	.191	.063	.215	3.032	.003	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2025

$$\text{Keputusan Pembelian} = 1,926 + 0,446 \text{ Kelompok Acuan} + 0,342 \text{ Ekspresi Citra Diri Sosial} + 0,191 \text{ Kepuasan Bermain Game} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta (a) = 1,926. Artinya jika variabel bebas yaitu Kelompok Acuan (X_1), Ekspresi Citra Diri Sosial (X_2), dan Kepuasan Bermain Game (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 1,926.
2. Jika ada peningkatan Kelompok Acuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 44,6%.
3. Jika adanya peningkatan terhadap Ekspresi Citra Diri Sosial maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 34,2%.
4. Jika adanya peningkatan terhadap Kepuasan Bermain Game maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 19,1%.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.524	2.940

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Bermain Game, Kelompok Acuan, Ekspresi Cita Diri Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,524. Ini menunjukkan bahwa variabel Kelompok Acuan (X_1), Ekspresi Citra Diri Sosial (X_2), dan Kepuasan Bermain Game (X_3) mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 52,4%. Sementara itu, sisa 47,6% berasal dari pengaruh variabel bebas lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	928.256	3	309.419	35.790	.000 ^b
	Residual	795.369	92	8.645		

Total	1723.625	95			
-------	----------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Bermain Game, Kelompok Acuan, Ekspresi Cita Diri Sosial

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,70 dan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05), sedangkan Fhitung tercatat sebesar 35,790 dengan nilai sig.a sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa penelitian ini menerima Ha dan menolak H0. Perbandingan antara Fhitung dan Ftabel membuktikan bahwa secara simultan, Kelompok Acuan, Ekspresi Citra Diri Sosial, dan Kepuasan Bermain Game memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, Ho ditolak dan Ha diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ Ho diterima dan Ha ditolak.

Tabel 7 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.926	2.817		.684	.496		
Kelompok Acuan	.446	.077	.463	5.803	.000	.789	1.267
Ekspresi Cita Diri Sosial	.342	.076	.361	4.524	.000	.787	1.271
Kepuasan Bermain Game	.191	.063	.215	3.032	.003	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2025

1. Variabel Kelompok Acuan (X1) menunjukkan nilai thitung sebesar 5,803, yang melebihi nilai ttabel sebesar 1,987, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menandakan bahwa variabel Kelompok Acuan berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap variabel Keputusan Pembelian, jika dilihat secara parsial.
2. Variabel Ekspresi Citra Diri Sosial (X2) memiliki nilai thitung sebesar 4,524, yang juga lebih tinggi dibandingkan ttabel (1,987), dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ekspresi Citra Diri Sosial memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel Kepuasan Bermain Game (X3) menunjukkan thitung sebesar 3,032, lebih besar dari ttabel (1,987), dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($< 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa Kepuasan Bermain Game memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Pembahasan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu Kelompok Acuan (X1), Ekspresi Citra Diri Sosial (X2), dan Kepuasan Bermain Game (X3), memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian item virtual dalam game Mobile Legends. Pertama, variabel Kelompok Acuan (X1) menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 5,803, yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,987. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa pengaruh variabel ini terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan. Namun, arah pengaruhnya adalah negatif, yang berarti semakin besar pengaruh kelompok acuan, maka kecenderungan pemain untuk melakukan pembelian item virtual justru menurun. Temuan ini bisa diinterpretasikan sebagai adanya tekanan sosial atau norma kelompok yang memengaruhi keputusan pembelian secara kontra-produktif, misalnya kelompok yang cenderung tidak mendukung pengeluaran dalam game. Kedua, variabel Ekspresi Citra Diri Sosial (X2) memiliki nilai *t* hitung sebesar 4,524, yang juga melampaui *t* tabel (1,987), dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Ini menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara parsial. Artinya, semakin kuat keinginan pemain untuk mengekspresikan citra diri sosialnya, semakin tinggi pula kecenderungan untuk membeli item virtual sebagai bentuk penegasan identitas atau status sosial dalam komunitas game. Ketiga, variabel Kepuasan Bermain Game (X3) memiliki nilai *t* hitung sebesar 3,032, yang lebih besar dari *t* tabel (1,987), dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Ini mengindikasikan bahwa variabel ini juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Pemain yang merasa puas dengan pengalaman bermain cenderung lebih termotivasi untuk melakukan pembelian sebagai bentuk dukungan terhadap game atau untuk meningkatkan pengalaman bermain itu sendiri. Secara simultan, pengujian dengan analisis ANOVA menunjukkan nilai *F* hitung sebesar 35,790, yang jauh lebih besar dari *F* tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa faktor sosial (kelompok acuan dan citra diri) serta kepuasan dalam bermain merupakan elemen penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pembelian item virtual dalam game online.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa variabel kelompok acuan, ekspresi citra diri sosial, dan kepuasan bermain game memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game Mobile Legends. Secara parsial, masing-masing variabel menunjukkan pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian. Kelompok acuan terbukti memengaruhi keputusan pemain dalam melakukan pembelian, meskipun dengan arah pengaruh yang negatif. Sementara itu, ekspresi citra diri sosial dan kepuasan bermain game menunjukkan pengaruh positif terhadap perilaku pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berkontribusi secara signifikan dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli item virtual dalam game, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek sosial dan emosional dalam bermain game memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumtif pemain. Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, bagi peneliti, studi

ini diharapkan dapat menjadi dasar atau pijakan untuk penelitian selanjutnya yang bertujuan menggali faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Kedua, bagi perusahaan pengembang game, hasil ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kecenderungan pembelian dengan memperhatikan aspek penting seperti pengaruh kelompok acuan, kebutuhan untuk mengekspresikan citra diri sosial, serta upaya meningkatkan kepuasan bermain. Ketiga, bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah yang bermanfaat bagi pengembangan keilmuan di Program Studi S1 Manajemen, khususnya dalam konteks perilaku konsumen digital. Terakhir, untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lain di luar yang telah diteliti, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang determinan keputusan pembelian item virtual dalam game online.

5. Daftar Pustaka

- Anita, S., Amiruddin, E. E., Wahyudi, R., et al. (2023). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Infes Media.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. Padangsidempuan: Inovasi Pratama Internasional.
- Asrori. (2020). *Psikologi pendidikan: Pendekatan multidisipliner*. Purwokerto: Pena Persada.
- Banchin, J. B. (2021). *Citra merek dan word of mouth (Peranannya dalam keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Damiati, L. M., Suriani, M., & Adnyawati, N. D. M. S. (2022). *Perilaku konsumen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Darmis. (2021). *Hal-hal yang mempengaruhi harga kamar*. Solo: Yayasan Lembaga Gumun.
- Fathoroni, A., Fatonah, N. S., Andarsyah, R., & Riza, N. (2020). *Buku tutorial sistem pendukung keputusan penilaian kinerja dosen menggunakan metode 360 degree feedback*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Firmansyah, A. (2022). *Pemasaran produk dan merek (Planning & Strategy)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. Padangsidempuan: Inovasi Pratama Internasional.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan konsumen: Studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Lotte, L. N. A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., Pandowo, A., Sudirjo, F., Herdiansyah, D., Mulyati, & Santosa, A. D. (2023). *Prinsip dasar manajemen pemasaran*. Jakarta: Global Eksekutif Teknologi.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS panduan mudah olah data bagi mahasiswa & umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahmadhani, F. (2019). *Analisis statistik untuk penelitian sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Riyanto, S., & Aglis, A. H. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Robin, A., Hartono, Y., & Suryadi, D. (2024). *Metodologi penelitian kuantitatif: Teori dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

- Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan pembelian online: Kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sholihin, M. (2020). *Analisis data penelitian menggunakan software Stata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode riset akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Terimajaya, R., Nugroho, S., & Wulandari, A. (2024). *Panduan praktis metode penelitian sosial ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Untari, D. T. (2019). *Manajemen pemasaran: Kasus dalam pengembangan pasar wisata kuliner tradisional Betawi*. Purwokerto: Pena Persada.
- Viddy, A. (2024). *Dasar-dasar metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya: CV Pena Ilmu.
- Yusuf, M., & Lukman, D. (2019). *Analisis data penelitian: Teori & aplikasi dalam bidang perikanan*. Bogor: IPB Press.