

SKRIPSI

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PRESTISE/GENGSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN PUBG MOBILE OLEH PLAYER *PUBG MOBILE* DI BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

MUHAMMAD ABD. RAHMAN SAGALA

NIM : 1810412210039

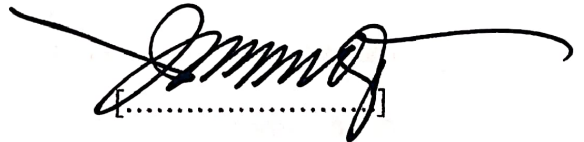


**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
BANJARMASIN
2024**

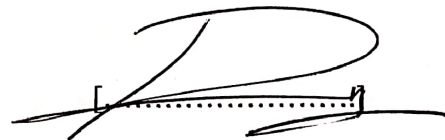
LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PRESTISE/GENGSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN PUBG MOBILE OLEH PLAYER PUBG MOBILE DI BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Abd. Rahman Sagala
NIM : 181041221003
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji
- a. Pembimbing
Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP: 197401102000031001
- b. Penguji I
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP: 19891207201712104001
- c. Penguji II
Humaidi, S.AB, M.AB
NIP: 199304212020121013



[.....]



[.....]




[.....]

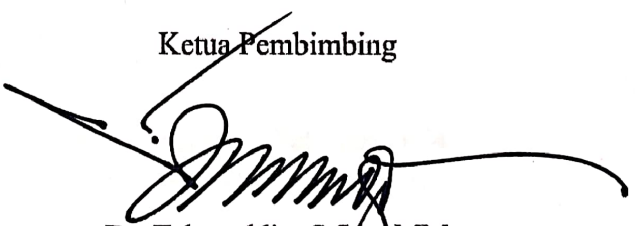
Banjarmasin, 26 Februari 2024

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing




Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001



Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP: 197401102000031001

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 1973012219980211001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 26 Februari 2024
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Abd. Rahman Sagala
NIM: 1810412210039

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan proposal penelitian dengan judul “PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PRESTISE/GENGSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN PUBG MOBILE OLEH PLAYER PUBG MOBILE DI BANJARMASIN”

Penyusunan laporan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Lambung Mangkurat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.SI. selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat..
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan pelatihan ilmu, waktu, masukan, dan motivasi bagi penulis.
5. Rizki Muslim Hidayat, S.AB., M.AB. selaku dosen penguji 1 dan Humaidi, S.AB., M.AB. selaku dosen penguji 2.

6. Almarhumah Ibu Saya, saudara serta keluarga yang telah memberikan kasih sayang, bimbingan, kepercayaan, doa, motivasi, serta dukungan material maupun non material selama kegiatan perkuliahan ini sampai terselesaikannya proposal penelitian ini.
7. Seluruh teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2018 yang saya banggakan dan telah memberi kesan yang baik selama penulis menempuh kuliah di Universitas Lambung Mangkurat
8. Seluruh perangkat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Prodi Ilmu Administrasi Bisnis.
9. Seluruh pihak yang telah membantu selama perkuliahan sampai terselesaikannya proposal ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Walaupun demikian dalam laporan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Namun demikian adanya, semoga proposal ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu pengetahuan tentang pengaruh desain produk dan prestise terhadap keputusan pembelian skin PUBG mobile.

Banjarmasin, 26 Februari 2024



Muhammad Abd. Rahman Sagala

ABSTRAK

Muhammad Abd. Rahman Sagala, 1810412210039, 2023, Pengaruh Desain Produk dan Prestise/Gengsi terhadap Keputusan Pembelian Skin *PUBG Mobile* oleh Player *PUBG Mobile* di Banjarmasin di bawah bimbingan Dr. Taharuddin, S.Sos, MM.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan variabel desain produk dan prestise/gengsi terhadap keputusan pembelian skin *PUBG Mobile* oleh Player *PUBG Mobile* di Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan cara metode kuantitatif. Tehnik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan perolehan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *IBM SPSS statistics version 25*.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skin oleh player *PUBG Mobile* di Banjarmasin, dan prestise/gengsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skin oleh player *PUBG Mobile* di Banjarmasin. Sedangkan secara simultan desain produk dan prestise berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skin oleh player *PUBG Mobile* di Banjarmasin.

Kata Kunci: Desain Produk, Prestise/Gengsi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Abd. Rahman Sagala, 1810412210039, 2023, The Influence of Product Design and Prestige on Purchase Decision for skin PUBG Mobile by Player PUBG Mobile in Banjarmasin. Under the guidance of Dr. Taharuddin, S.Sos, MM.

This study was conducted to examine the effect partially or simultaneously of product design variables and prestige on purchase decision for PUBG Mobile skins by PUBG Mobile players in Banjarmasin. The research approach used is by means of quantitative methods. The sampling technique used is nonprobability sampling with the acquisition of a sample taken as many as 100 respondents. Data collection by means of a questionnaire and data analysis used is multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS statistics version 25.

The results of this study indicate that product design has no positive and significant effect on skin purchase decision by PUBG Mobile players in Banjarmasin, and prestige has a positive and significant effect on skin purchase decision by PUBG Mobile players in Banjarmasin. While simultaneously product design and prestige have a positive and significant effect on skin purchase decision by PUBG Mobile players in Banjarmasin.

Keyword: Product Design, Prestige, Purchase Decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4.Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1.Tinjauan Teori	11
2.1.1.Pemasaran.....	11
2.1.2.Konsep Pemasaran	12
2.1.3.Fungsi Pemasaran.....	13
2.1.4.Social Network Marketing	14
2.1.5.Bauran Pemasaran	15
2.1.6.Consumer Behaviour	17
2.2.Desain Produk	20
2.2.1.Definisi Desain Produk.....	20
2.2.2.Aspek Desain Produk.....	22
2.2.3.Jenis – Jenis Desain Produk.....	24
2.2.4.Tujuan Dari Desain Produk	25
2.2.5.Fungsi dan Manfaat Desain Produk.....	26
2.2.6.Indikator Desain Produk	27
2.3. Prestise	28
2.3.1.Pengertian Prestise/Gengsi	28
2.3.2.Jenis – Jenis Prestise	30
2.3.3.Indikator mempengaruhi Prestise/Gengsi	32
2.4. Keputusan Pembelian	33

2.4.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	33
2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.4.3. Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan	39
2.4.4. Peran dalam Proses Keputusan Pembelian	45
2.4.5. Struktur Keputusan Pembelian	46
2.4.6. Indikator Keputusan Pembelian.....	49
2.5. Penelitian Terdahulu	51
2.6. Hipotesis dan Model Penelitian.....	56
2.6.1. Hipotesis Penelitian	56
2.6.2. Model Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Pendekatan Penelitian	60
3.2 Desain Penelitian.....	60
3.3 Lokasi Penelitian	61
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	61
3.4.1. Populasi.....	61
3.4.2. Sampel	61
3.4.3. Teknik Sampling.....	62
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	63
3.6 Sumber Data	70
3.6.1 Data Primer	70
3.6.2 Data Sekunder.....	70
3.7 Teknik Pengumpulan Data	71
3.8 Teknik Penentuan Skor	71
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3.9.1. Uji Validitas	72
3.9.2. Uji Reliabilitas	72
3.10 Teknik Analisis Data	73
3.10.1. Analisis Statistik Deskriptif	73
3.10.2. Uji Regresi Linier Berganda	74
BAB IV Hasil Penelitian	79

4.1	Karakteristik Responden	79
4.2	Deskriptif Variabel	84
4.2.1.	Deskriptif Variabel Desain Produk (X1)	85
4.2.2.	Deskriptif Variabel Prestise/Gengsi (X2)	87
4.2.3.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	90
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
4.3.1.	Hasil Uji Validitas	94
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas	95
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	96
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	96
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinieritas	98
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
4.5	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	100
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	101
4.6.1.	Hasil Uji Parsial (Uji t)	101
4.6.2.	Hasil uji simultan (uji F)	103
4.6.3.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	104
BAB V Pembahasan Hasil		106
5.1	Pembahasan	106
5.1.1.	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	106
5.1.2.	Pengaruh Prestise/Gengsi Terhadap Keputusan Pembelian	106
5.1.3.	Pengaruh Desain Produk dan Prestise/Gengsi Terhadap Keputusan Pembelian	107
5.2	Implikasi Hasil	107
5.2.1.	Implikasi Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	108
5.2.2.	Implikasi Prestise/Gengsi Terhadap Keputusan Pembelian	109
5.2.3.	Implikasi Desain Produk dan Prestise/Gengsi Terhadap Keputusan Pembelian	110
5.3	Keterbatasan Penelitian	110
5.4	Model Akhir Penelitian	111
BAB VI Penutup		112

6.1 Kesimpulan.....	112
6.2 Saran.....	112
6.2.1. Akademis	112
6.2.2. Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	66
Tabel 3.2	Skala Likert	71
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	73
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	78
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	79
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	80
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	80
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	81
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan penghasilan	82
Tabel 4.6	Membeli skin PUBG Mobile	82
Tabel 4.7	Skin PUBG Mobile Yang Pernah Dibeli	83
Tabel 4.8	Kuantitas Pembelian Skin 2 Season Terakhir	83
Tabel 4.9	Rata-rata UC yang di top up setiap season	84
Tabel 4.10	Distribusi frekuensi variabel desain produk (X1)	85
Tabel 4.11	Distribusi frekuensi variabel prestise/gengsi (X2).....	87
Tabel 4.12	Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian (Y).....	90
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas.....	94
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	98
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 4.17	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	100
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (Uji t)	102
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji f)	103
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi	104

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
	Gambar 1.1 <i>Most Watched Mobile Games of 2022</i>	2
	Gambar 1.2 Harga Unknown Cash PUBG Mobile	4
	Gambar 1.3 Skin Kolaborasi PUBG Mobile.....	5
	Gambar 1.4 Perbandingan skin PUBG Mobile	7
	Gambar 2.1 Faktor yang mempengaruhi pembelian	17
	Gambar 2.2 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	41
	Gambar 2.3 Langkah – langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	43
	Gambar 2.4 Model Penelitian	59
	Gambar 4.1 Hasil uji normalitas pada histogram.....	96
	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas pada grafik normal probability plot	97
	Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
	Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian	111

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Skor Jawaban
- Lampiran 3 Hasil Output SPSS Versi 25
- Lampiran 4 Berita Acara Ujian Skripsi
- Lampiran 5 Sertifikat Plagiasi
- Lampiran 6 Biodata Peneliti