

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT*, *PARASOCIAL RELATIONSHIP*, *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*, *PRICE* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DAN *REPURCHASE INTENTION VIRTUAL ITEM BLESSING OF THE WELKIN MOON* PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Disusun Oleh :

NOORHAYATI

2110312120019

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT, PARASOCIAL
RELATIONSHIP, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, PRICE*
TERHADAP *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DAN *REPURCHASE
INTENTION VIRTUAL ITEM BLESSING OF THE WELKIN MOON*
PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

NOORHAYATI

NIM: 2110312120019

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 26 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Nuril Huda, SE, MM

NIP. 19721021 199903 1 002

Mengetahui

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Noorhayati
NIM : 2110312120019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Enjoyment, Parasocial Relationship, Perceived Behavioral Control, Price* terhadap *Psychological Ownership* dan *Repurchase Intention Virtual Item Blessing of the Welkin Moon* pada Pemain Genshin Impact
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 26 Juni 2025
Waktu Ujian : 14.00 WITA s/d selesai

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Nuril Huda, SE, MM



(.....)

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM

Penguji II : Rusniati, SE, M.Si

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat


Nama : Noorhayati
NIM : 2110312120019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Enjoyment*, *Parasocial Relationship*, *Perceived Behavioral Control*, *Price* terhadap *Psychological Ownership* dan *Repurchase Intention Virtual Item Blessing of the Welkin Moon* pada Pemain Genshin Impact


Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Ujian Dilaksanakan : Kamis, 26 Juni 2025

Disetujui oleh dosen pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang mendapatkan persetujuan.

Mahasiswa

Noorhayati
NIM. 2110312120019

Banjarmasin, 7 Juli 2025
Dosen Pembimbing

Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021 199903 1 002

Mengetahui
Koordinator Program Studi S1 Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan rencana penelitian yang saya buat. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah diteliti untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Hormat Saya

Noorhayati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “Pengaruh *Perceived Enjoyment, Parasocial Relationship, Perceived Behavioral Control, Price* terhadap *Psychological Ownership* dan *Repurchase Intention Virtual Item* Blessing of the Welkin Moon pada Pemain Genshin Impact. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad Shalallahu ‘Alaihi Wasallam beserta keluarganya, para sahabatnya serta pengikutnya.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan tentunya menemui hambatan, tetapi berkat arahan dan dukungan dari berbagai pihak membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Berdasarkan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Ketua Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama proses skripsi.
4. Bapak Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM selaku dosen penasihat akademik sekaligus Dosen Penguji dalam siding skripsi.
5. Ibu Rusniati, SE, M.Si selaku Dosen Penguji dalam siding skripsi.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Almarhum Abah yang telah berpulang 11 tahun lalu.
8. Almarhumah Mama yang telah berpulang 2 tahun lalu.
9. Almarhum Ayah yang telah berpulang 2 tahun lalu.
10. Kakak yang telah membantu segala proses perkuliahan hingga saat ini.
11. Sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat, bertukar pikiran, dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
12. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpanya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah Subhanahu wa Ta'ala dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan sehingga saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Banjarmasin, 15 Juni 2025



Noorhayati

ABSTRACT

Noorhayati (2025). *The Influence of Perceived Enjoyment, Parasocial Relationship, Perceived Behavioral Control, Price on Psychological Ownership and Repurchase Intention of the Virtual Item Blessing of the Welkin Moon among Genshin Impact Players. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Academic Advisor: Nuril Huda.*

This study aims to analyze: (1) The effect of Perceived Enjoyment on Psychological Ownership. (2) The effect of Perceived Enjoyment on Repurchase Intention. (3) The effect of Parasocial Relationship on Psychological Ownership. (4) The effect of Parasocial Relationship on Repurchase Intention. (5) The effect of Perceived Behavioral Control on Psychological Ownership. (6) The effect of Perceived Behavioral Control on Repurchase Intention. (7) The effect of Price on Repurchase Intention. (8) The effect of Psychological Ownership on Repurchase Intention.

This research uses a quantitative method with data collected through online questionnaires. The population in this study consists of Genshin Impact players who intend to repurchase the Blessing of the Welkin Moon virtual item. The sample was selected using purposive sampling, totaling 309 respondents. The data were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0 software.

The result of this study indicate that : (1) Perceived Enjoyment has a positive and significant effect on Psychological Ownership. (2) Perceived Enjoyment has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (3) Parasocial Relationship has a positive and significant effect on Psychological Ownership. (4) Parasocial Relationship has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (5) Perceived Behavioral Control has a positive and significant effect on Psychological Ownership. (6) Perceived Behavioral Control has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (7) Price has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (8) Psychological Ownership has a positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords : *Perceived Enjoyment, Parasocial Relationship, Perceived Behavioral Control, Price, Psychological Ownership, Repurchase Intention*

ABSTRAK

Noorhayati (2025). Pengaruh *Perceived Enjoyment*, *Parasocial Relationship*, *Perceived Behavioral Control*, *Price* terhadap *Psychological Ownership* dan *Repurchase Intention Virtual Item Blessing of the Welkin Moon* pada Pemain Genshin Impact. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Nuril Huda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Psychological Ownership*. (2) Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention*. (3) Pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap *Psychological Ownership*. (4) Pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap *Repurchase Intention*. (5) Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Psychological Ownership*. (6) Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Repurchase Intention*. (7) Pengaruh *Price* terhadap *Repurchase Intention*. (8) Pengaruh *Psychological Ownership* terhadap *Repurchase Intention*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan secara daring. Populasi pada penelitian ini adalah pemain Genshin Impact yang berniat melakukan pembelian ulang terhadap *Blessing of the Welkin Moon*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 309 responden. Data penelitian dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS 4.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Psychological Ownership*. (2) *Perceived Enjoyment* positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (3) *Parasocial Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Psychological Ownership*. (4) *Parasocial Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (5) *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Psychological Ownership*. (6) *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (7) *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (8) *Psychological Ownership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci : *Perceived Enjoyment*, *Parasocial Relationship*, *Perceived Behavioral Control*, *Price*, *Psychological Ownership*, *Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2. Repurchase Intention	20
2.1.3. Perceived Enjoyment	22
2.1.4. Parasocial Relationship.....	25
2.1.5. Perceived Behavioral Control.....	30
2.1.6. Price	32
2.1.7. Psychological Ownership	34
2.2. Penelitian Terdahulu	36
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	41
3.1. Kerangka Konseptual	41
3.2. Hipotesis Penelitian.....	42
BAB IV METODE PENELITIAN	59
4.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	59
4.2. Jenis Penelitian.....	59
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian.....	60

4.4.	Unit Analisis.....	60
4.5.	Populasi dan Sampel	60
4.6.	Variabel dan Definisi Operasional	62
4.7.	Teknik Pengumpulan Data	66
4.8.	Teknik Analisis Data	67
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		72
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
5.1.1.	Identitas Objek Penelitian.....	72
5.2.	Hasil dan Analisis	76
5.2.1.	Karakteristik Responden.....	76
5.2.2.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	80
5.2.3.	Structural Equation Model - Partial Least Square	91
5.2.4.	Outer Model.....	91
5.2.4.	Inner Model.....	95
5.2.5.	Uji Hipotesis	97
5.2.6	Uji Pengaruh tidak Langsung	101
5.2.6.	Pembahasan Hasil Penelitian	102
5.3.	Implikasi Hasil Penelitian	118
5.4.	Keterbatasan Penelitian	127
BAB IV PENUTUP		128
6.1.	Kesimpulan	128
6.2.	Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Global Games Market Revenues in 2023.....	2
Gambar 1. 2 Global Games Market Revenues in 2023 Per-Region	3
Gambar 1. 3 Anniversary Rewards Ruined the App's Store Rating.....	5
Gambar 1. 4 Banner Permohonan Karakter Terbatas.....	7
Gambar 1. 5 Top Pendapatan 2021-2023	9
Gambar 1. 6 Keputusan Pembelian dan Repurchase Intention	11
Gambar 1. 7 Blessing of the Welkin Moon.....	12
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 5. 1 Foto Aplikasi Genshin Impact.....	73
Gambar 5. 2 Genshin Impact Roadmaps	73
Gambar 5. 3 Blessing of the Welkin Moon.....	75
Gambar 5. 4 Hasil Path Model PLS-Algorithm.....	91
Gambar 5. 5 Hasil Path Model PLS-Algorithm.....	92
Gambar 5. 6 Hasil Pengukuran (Bootstrapping).....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatans Genshin Impact	10
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4. 1 Kalkulasi Sampel Penelitian.....	62
Tabel 4. 2 Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 4. 3 Uji Outer Model	70
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	79
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	80
Tabel 5. 6 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method).....	81
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden pada Perceived Enjoyment.....	81
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden pada Parasocial Relationship	83
Tabel 5. 9 Kedekatan Emosional Pemain terhadap Karakter	84
Tabel 5. 10 Tanggapan Responden pada Perceived Behavioral Control.....	85
Tabel 5. 11 Tanggapan Responden pada Price	86
Tabel 5. 12 Tanggapan Responden pada Psychological Ownership	88
Tabel 5. 13 Upaya Pemain Genshin Impact	89
Tabel 5. 14 Tanggapan Responden pada Repurchase Intention	90
Tabel 5. 15 Factor Loading	92
Tabel 5. 16 Average Variance Extracted (AVE)	93
Tabel 5. 17 Cross Loading	94
Tabel 5. 18 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	95
Tabel 5. 19 Nilai R-Square.....	96
Tabel 5. 20 Nilai F-Square	96
Tabel 5. 21 Output Path Coefficient.....	98
Tabel 5. 22 Indirect Effects	101