

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL.....	12
BAB 1.....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
1.4 Tinjauan Pustaka	23
1.4.1 Kajian Teoritis.....	23
1.4.2 Kajian Empiris.....	31
1.5 Hubungan Antar Faktor.....	61
1.6 Kerangka Pemikiran	64
1.6.1 Kerangka Pemikiran Penulis	64
1.6.2 Kerangka Pemikiran dari Penelitian Terdahulu	65
1.7 Hipotesis.....	73
1.8 Model Penelitian	74
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	74
1.9.1 Definisi Konsep.....	74
1.9.2 Definisi Operasional.....	77
1.10 Metode Penelitian.....	79
1.10.1 Tipe Penelitian.....	79
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	79
1.10.3 Lokasi Penelitian	80
1.10.4 Populasi	80
1.10.5 Sampel.....	81
1.10.6 Teknik Sampling	83
1.10.7 Sumber Data.....	83
1.10.8 Teknik Pengumpulan Data	83
1.10.9 Skala Pengukuran Data	84
1.10.10 Teknik Analisis Data.....	85
BAB 2.....	99
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	99

2.1 Tentang HoYoverse.....	99
2.2 Tentang Honkai: Star Rail.....	100
BAB 3.....	107
HASIL DAN PEMBAHASAN	107
3.1 Hasil Uji Instrumen	107
3.1.1 Hasil Uji Validitas	108
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	110
3.2 Hasil Analisis Deskriptif	111
3.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	111
3.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Setiap Faktor.....	119
3.3 Hasil Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	171
3.3.1 Hasil CFA Tahap 1: Menilai Convergent Validity dan Model Fit..	171
3.3.2 Hasil CFA Tahap 2: Modifikasi Model	180
3.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis	187
3.4 Pembahasan.....	191
3.4.1 Pengaruh Attitude Toward the Behavior terhadap Purchase Intention	192
3.4.2 Pengaruh Subjective Norm terhadap Purchase Intention	193
3.4.3 Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Purchase Intention	194
3.4.4 Pengaruh Functional Value terhadap Purchase Intention	195
3.4.5 Pengaruh Emotional Value terhadap Purchase Intention.....	196
BAB 4.....	198
PENUTUP.....	198
4.1 Kesimpulan.....	198
4.2 Saran.....	199
DAFTAR PUSTAKA	207
LAMPIRAN.....	216

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Honkai: Star Rail</i> memenangkan Google Play’s Best Game of 2023	16
Gambar 1.2 <i>Honkai: Star Rail</i> memenangkan Game Awards 2023’s Best Mobile Game	16
Gambar 1.4 Model Perilaku Konsumen	23
Gambar 1.5 Model <i>consumer buying process</i>	26
Gambar 1.6 Model <i>Purchase Intention</i>	27
Gambar 1.7 Model Theory of Planned Behavior	29
Gambar 1.8 Kerangka pemikiran penulis	64
Gambar 1.9 Model penelitian penulis	74
Gambar 1.10 Komunitas <i>Honkai: Star Rail</i> Indonesia (HOSI) di Facebook	80
Gambar 1.11 Komunitas PomPomFess di X	81
Gambar 2.1 Logo HoYoverse	99
Gambar 2.2 Ilustrasi <i>Honkai: Star Rail</i>	100
Gambar 2.3 Mekanisme permainan <i>Honkai: Star Rail</i>	102
Gambar 2.4 Statistik karakter	102
Gambar 2.5 Limited Banner di <i>Honkai: Star Rail</i>	104
Gambar 2.6 Standard Banner di <i>Honkai: Star Rail</i>	104
Gambar 2.7 Penawaran transaksi mikro di <i>Honkai: Star Rail</i>	105
Gambar 2.8 Penawaran Express Supply Pass di <i>Honkai: Star Rail</i>	106
Gambar 3.1 Karakter The Herta	118
Gambar 3.2 Model Pengukuran CFA	172
Gambar 3.3 Model Pengukuran CFA setelah Modifikasi	182

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ranking pendapatan <i>Gacha Games</i> Desember 2024	17
Tabel 1.2 Pemetaan kajian empiris	52
Tabel 1.3 Definisi operasional	76
Tabel 1.4 Tingkatan Skala Likert 1 sampai 5.....	84
Tabel 3.1 Hasil uji validitas indikator	108
Tabel 3.2 Hasil uji reliabilitas faktor.....	110
Tabel 3.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	112
Tabel 3.4 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	113
Tabel 3.5 Karakteristik responden berdasarkan domisili provinsi.....	113
Tabel 3.6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	115
Tabel 3.7 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran atau rencana pengeluaran terbesar dalam melakukan transaksi mikro untuk satu karakter	116
Tabel 3.8 Karakteristik responden berdasarkan karakter yang menjadi tujuan melakukan transaksi mikro.....	117
Tabel 3.9 Hasil analisis deskriptif PI 1	120
Tabel 3.10 Hasil analisis deskriptif PI 2	121
Tabel 3.11 Hasil analisis deskriptif PI 3	123
Tabel 3.12 Hasil analisis deskriptif PI 4	124
Tabel 3.13 Hasil analisis deskriptif faktor Purchase Intention.....	126
Tabel 3.14 Hasil analisis deskriptif ATB 1	127
Tabel 3.15 Hasil analisis deskriptif ATB 2	129
Tabel 3.16 Hasil analisis deskriptif ATB 3	130
Tabel 3.17 Hasil analisis deskriptif ATB 4	132
Tabel 3.18 Hasil analisis deskriptif faktor Attitude Toward Behavior	133
Tabel 3.19 Hasil analisis deskriptif SN 1	135
Tabel 3.20 Hasil analisis deskriptif SN 2	136
Tabel 3.21 Hasil analisis deskriptif SN 3	138
Tabel 3.22 Hasil analisis deskriptif faktor Subjective Norm	139
Tabel 3.23 Hasil analisis deskriptif PBC 1	141
Tabel 3.24 Hasil analisis deskriptif PBC 2	143
Tabel 3.25 Hasil analisis deskriptif PBC 3	144
Tabel 3.26 Hasil analisis deskriptif PBC 4	146
Tabel 3.27 Hasil analisis deskriptif faktor Perceived Behavioral Control	147

Tabel 3.28 Hasil analisis deskriptif FV 1	149
Tabel 3.29 Hasil analisis deskriptif FV 2	150
Tabel 3.30 Hasil analisis deskriptif FV 3	152
Tabel 3.31 Hasil analisis deskriptif FV 4	154
Tabel 3.32 Hasil analisis deskriptif FV 5	155
Tabel 3.33 Hasil analisis deskriptif FV 6	157
Tabel 3.34 Hasil analisis deskriptif faktor Functional Value	158
Tabel 3.35 Hasil analisis deskriptif EV 1	160
Tabel 3.36 Hasil analisis deskriptif EV 2	162
Tabel 3.37 Hasil analisis deskriptif EV 3	164
Tabel 3.38 Hasil analisis deskriptif EV 4	165
Tabel 3.39 Hasil analisis deskriptif EV 5	167
Tabel 3.40 Hasil analisis deskriptif faktor Emotional Value	169
Tabel 3.41 Hasil uji Convergent Validity	173
Tabel 3.42 Hasil uji Construct Reliability	176
Tabel 3.43 Hasil uji Goodness-of-Fit	178
Tabel 3.44 Keputusan Modifikasi Model	180
Tabel 3.45 Hasil uji Convergent Validity setelah modifikasi	183
Tabel 3.46 Hasil uji Construct Reliability setelah modifikasi	185
Tabel 3.47 Hasil uji Goodness-of-fit setelah modifikasi	185
Tabel 3.48 Hasil uji Factor Covariance	187