DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
ABSTRAK iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
MOTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 13
C. Tujuan Penelitian 14
D. Manfaat Penelitian 14
BAB II 16
TINJAUAN PUSTAKA 16
A. Landasan Teori 16
1. Parasocial Interaction Theory 16
2. Romantic Parasocial Interaction (X) 18
3. In-game Purchase Intention (Y) 20
4. Continued playing intention (Z) 22
B. Penelitian Terdahulu 23
C. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis 27
1. Pengaruh antara Romantic Parasocial Interaction dan Continued Playing Intention 27

2. Pengaruh antara Continued Playing Intention dan In-game Purchase Intention 28
3. Pengaruh antara Romantic Parasocial Interaction dan In-game Purchase Intention 29
4. Peran Mediasi Continued Playing Intention dalam Pengaruh Romantic Parasocial Interaction terhadap In-game Purchase Intention 31
D. Kerangka Konseptual 33
BAB III 34
METODE PENELITIAN 34
A. Rancangan Penelitian 34
B. Objek Penelitian dan Waktu 35
C. Populasi dan Teknik Sampling 35
1. Populasi 35
2. Sampel 36
3. Teknik Sampling 36
4. Jenis Data Penelitian 37
D. Teknik Pengambilan Data 38
E. Klasifikasi Variabel Penelitian 38
1. Variabel Independen (X) 39
2. Variabel Mediasi (Z) 39
3. Variabel Dependen (Y) 39
F. Definisi Operasional Variabel 39
G. Pengukuran Variabel 42
H. Teknik Analisis Data 42
1. Analisis Deskriptif 42
2. Analisis Kuantitatif 43
BAB IV 49
PEMBAHASAN 49
A. Deskripsi Hasil Penelitian 49
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 49
2. Deskripsi Responden 49

B. Hasil Analisis 50
1. Analisis Deskriptif 50
2. Analisis Kuantitatif 59
C. Pembahasan 70
1. Pengaruh Romantic Parasocial Interaction terhadap Continued Playing Intention 70
2. Pengaruh Continued Playing Intention terhadap In-game Purchase Intention 72
3. Pengaruh Romantic Parasocial Interaction terhadap In-game Purchase Intention 74
4. Peran Mediasi Continued Playing Intention dalam Pengaruh Romantic Parasocial Interaction terhadap In-game Purchase Intention 77
BAB V 80
KESIMPULAN DAN SARAN 80
A. Kesimpulan 80
B. Saran 81
1. Saran Teoritis 81
2. Saran Praktis 82
DAFTAR PUSTAKA 84
LAMPIRAN 91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel 40
Tabel 3. 2 Skor Kuisioner 43
Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai R-square 47
Tabel 3. 4 Kriteria Nilai Effect Size 47
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Responden 50
Tabel 4. 2 Hasil Jawaban Pemain Mobile Otome Game terhadap RPSI 53
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Pemain Mobile Otome Game terhadap CPI 55
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Pemain Mobile Otome Game terhadap IGPI 57
Tabel 4. 5 Nilai Outer Loading dan Nilai AVE sebelum eliminasi 60
Tabel 4. 6 Nilai Outer Loading dan Nilai AVE setelah eliminasi 61
Tabel 4. 7 Fornell-Larcker Criterion 62
Tabel 4. 8 Nilai CR dan AVE 63
Tabel 4. 9 Nilai VIF Inner Model 63
Tabel 4. 10 Nilai R-square 64
Tabel 4. 11 Nilai Effect Size 64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis 66