



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH ESKAPISME DAN DESAIN ESTETIKA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ITEM VIRTUAL
GAME MOBILE LEGENDS MELALUI KESESUAIAN DIRI
(Studi Kasus Pemain Mobile Legends di Kota Depok)**



**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



ABSTRAK

RAIHANANDA. Pengaruh Eskapisme dan Desain Estetika terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual *Game* Mobile Legends melalui Kesesuaian Diri (Studi Kasus Pemain Mobile Legends di Kota Depok). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2026.

Perkembangan industri *game* di Indonesia turut mendorong meningkatnya popularitas *game* Mobile Legends. Namun, tingginya jumlah pemain Mobile Legends tidak selalu diikuti dengan keputusan untuk membeli item virtual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang diduga dapat memengaruhi keputusan pembelian item virtual, seperti eskapisme, desain estetika, dan kesesuaian diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eskapisme dan desain estetika terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends melalui kesesuaian diri sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik kuesioner. Sampel berjumlah 160 responden yang merupakan pemain aktif Mobile Legends di Kota Depok, berusia minimal 16 tahun serta pernah melakukan pembelian item virtual. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eskapisme dan desain estetika berpengaruh signifikan terhadap kesesuaian diri. Desain estetika serta kesesuaian diri juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan eskapisme tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian. Lalu, kesesuaian diri terbukti memediasi pengaruh eskapisme terhadap keputusan pembelian, namun tidak mampu memediasi pengaruh desain estetika terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa desain estetika merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian item virtual Mobile Legends, sementara eskapisme berperan secara tidak langsung melalui kesesuaian diri. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu, serta memberikan wawasan bagi Moonton dan pengembang *game online* lainnya dalam memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian item virtual.

Kata kunci: desain estetika, eskapisme, item virtual, keputusan pembelian, kesesuaian diri

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

RAIHANANDA. *The Influence of Escapism and Aesthetic Design on Virtual Item Purchase Decisions in Mobile Legends through Self-Congruity (A Case Study of Mobile Legends Players in Depok City)*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2026.

The development of the gaming industry in Indonesia has contributed to the increasing popularity of Mobile Legends. However, the high number of Mobile Legends players is not always followed by a decision to purchase virtual items. This condition indicates that various factors are presumed to influence the decision to purchase virtual items, such as escapism, aesthetic design, and self-congruity. This study aims to examine the influence of escapism and aesthetic design on the decision to purchase virtual items in Mobile Legends, with self-congruity as a mediating variable. This study employs a quantitative method using a questionnaire technique. The sample consisted of 160 respondents, all active Mobile Legends players in Depok City, aged at least 16 years, who had previously purchased virtual items. Data analysis was conducted using the PLS-SEM. The results show that escapism and aesthetic design have a significant effect on self-congruity. Aesthetic design and self-congruity also have a significant effect on purchase decisions, whereas escapism does not have a direct effect on purchase decisions. Furthermore, self-congruity is shown to mediate the effect of escapism on purchase decisions, but is unable to mediate the effect of aesthetic design on purchase decisions. This study reveals that aesthetic design is the most dominant factor influencing the decision to purchase Mobile Legends virtual items, while escapism plays an indirect role through self-congruity. These findings provide theoretical contributions to the development of knowledge, as well as insights for Moonton and other online game developers in understanding the factors that influence virtual item purchase decisions.

Keywords: *aesthetic design, escapism, purchase decision, self-congruity, virtual items*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri *game* di Indonesia pada saat ini menunjukkan perkembangan yang cepat dan signifikan. Menurut Simon Kemp dalam *Digital 2026 Global Overview Report*, Indonesia menjadi negara kedua dengan populasi pengguna internet yang bermain *video games* terbanyak di dunia. Indonesia memiliki lebih dari 174 juta pemain *game* aktif, yang mewakili 43% dari jumlah populasi pemain di wilayah Asia Tenggara dan menempatkan diri menjadi negara yang memiliki posisi kuat di peta industri *game* dunia (Waluyo, 2024).

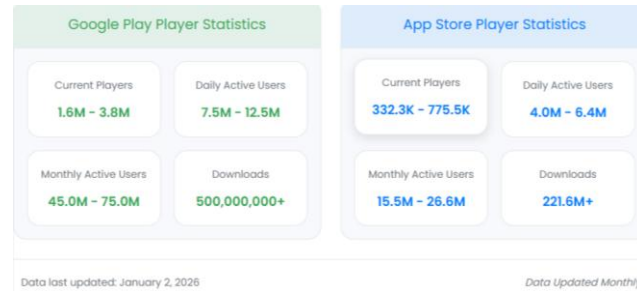
Game online merupakan permainan yang dijalankan dengan menggunakan perangkat yang terhubung ke internet, sehingga memungkinkan para pemain dari seluruh dunia untuk saling terhubung (Ramadhani, 2022:144). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat (2025), sebagian besar pemain *game* di Indonesia menggunakan perangkat *mobile* dalam bermain. Berbagai *game* seperti Mobile Legends, Candy Crush Saga, Free Fire, PUBG Mobile, dan Roblox menjadi contoh *game mobile* yang banyak dimainkan di Indonesia. Salah satu *game online* berbasis *mobile* yang paling populer di Indonesia adalah Mobile Legends, Mobile Legends merupakan *video game* yang memiliki genre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Mooton pada tahun 2016 lalu dan terus berkembang dengan pesat hingga sekarang.

Perkembangan tersebut terlihat dari kenaikan jumlah pemain aktif bulanan dalam 3 tahun terakhir. Berdasarkan data Activeplayer.io dalam Campina (2024), jumlah pemain aktif Mobile Legends pada Januari 2023 mencapai 81 juta pemain per bulan. Kemudian, angka tersebut meningkat menjadi 85 juta pemain aktif bulanan pada tahun 2024 (Activeplayer.io dalam Alim dan Madjid, 2025:45). Lalu, terjadi peningkatan kembali pada tahun 2025 hingga menembus 110 juta pemain aktif bulanan dan telah melampaui 1,5 miliar total unduhan sepanjang masa di 139 negara per Januari 2026, menjadikannya *game MOBA mobile* yang paling banyak diunduh di dunia (Alexander, 2026).



Hak Cipta :

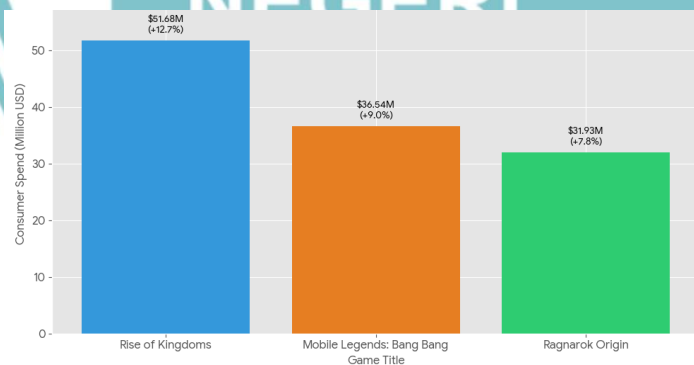
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Data Jumlah Pemain Aktif Mobile Legends

Sumber: ActivePlayer.io, 2026

Berdasarkan data dari ActivePlayer.io per Januari 2026, Mobile Legends menunjukkan dominasi yang sangat besar di dua platform utama, yaitu Google Play dan App Store. Pada platform Google Play, jumlah pemain aktif bulanan (*Monthly Active Players*) sebanyak 45 juta hingga 75 juta pemain, dengan total unduhan lebih dari 500 juta kali. Sementara itu, pada platform App Store, tercatat jumlah pemain aktif bulanan sebanyak 15,5 juta hingga 26,6 juta pemain dengan total unduhan lebih dari 221,6 juta kali. Jika total pemain dari kedua platform tersebut digabungkan, jumlah pemain aktif bulanan Mobile Legends secara global dapat mencapai 100 juta pemain. Di Indonesia sendiri, jumlah pemain aktif bulanan Mobile Legends diperkirakan mencapai 45 juta pemain (Mike, 2026). Berdasarkan data dari Sensor Tower dalam Asia (2026), Mobile Legends menempati urutan pertama dalam kategori *Top Game Mobile* berdasarkan MAU di Indonesia 2025, mengalahkan beberapa game populer seperti Roblox, Free Fire, serta game lainnya.



Gambar 1. 2 Grafik Consumer Spend Game Mobile Indonesia

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan laporan Redaksi (2024), terlihat bahwa Mobile Legends menempati posisi kedua dalam kategori pengeluaran konsumen (*Consumer Spend*) tertinggi pada game mobile di Indonesia dengan total mencapai US\$ 36.54 juta atau setara dengan Rp 568 miliar. Meskipun berada di peringkat kedua setelah Rise of



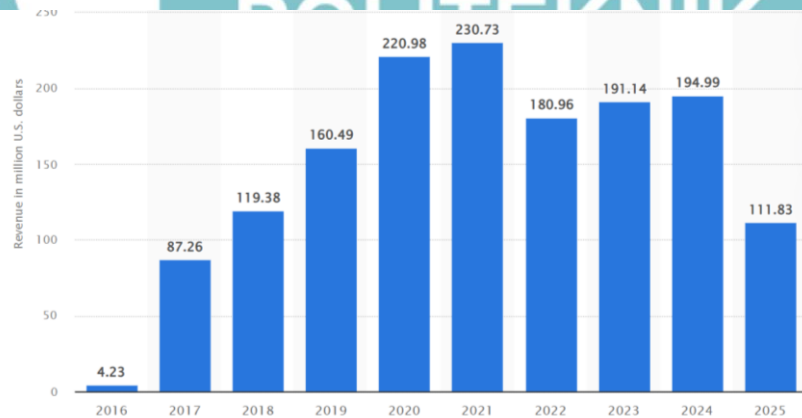
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kingdoms, Mobile Legends menunjukkan performa yang sangat positif dengan pertumbuhan sebesar 9% YoY. Hal ini menunjukkan bahwa Mobile Legends memiliki ekosistem ekonomi yang kuat, di mana pemain memiliki minat yang tinggi untuk melakukan pembelian dalam aplikasi (*in-app purchase*).

Sebagian besar pemain Mobile Legends pastinya pernah melakukan pembelian item virtual dalam *game*, banyak dari mereka yang rela menghabiskan uang dalam nominal yang cukup besar hanya untuk mendapatkannya. Menurut Rahiem dan Fitrananda (2021:103) item virtual merupakan barang atau uang nonfisik yang dibeli dengan uang sungguhan dan hanya dapat dimanfaatkan dalam lingkungan *game* saja. Dalam *game* Mobile Legends terdapat beragam item virtual yang menarik, mulai dari tingkatan normal sampai dengan eksklusif yang dapat dibeli oleh pemain. Berbagai efek visual yang dapat membuat pemain merasakan pengalaman berbeda jika menggunakan item tersebut. *Skin* merupakan salah satu contoh item virtual yang populer di kalangan pemain, *skin* adalah tampilan efek visual yang unik dari karakter yang ada di dalam *game*, semakin bagus *skin* yang digunakan akan menambah kepercayaan diri dalam bermain (Makarawung dkk., 2023:882). Cara untuk melakukan pembelian terbilang cukup mudah, karena dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti dengan pulsa, Qris, *e-wallet*, dan lainnya.



Gambar 1. 3 Grafik Pendapatan (IAP) Global Mobile Legends
Sumber: Statista, 2025

Berdasarkan data dari Statista, pendapatan *in-app purchase* (IAP) Mobile Legends secara global menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021, *game* ini menembus pendapatan tertinggi sebesar US\$ 230 juta. Namun setelah itu, pendapatan mengalami penurunan menjadi US\$ 180 juta pada tahun 2022. Pada tahun 2023 dan 2024



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sempat terjadi peningkatan kembali, masing-masing sekitar US\$ 191 juta dan US\$ 194 juta, tetapi angka tersebut masih belum mampu melampaui pencapaian pada tahun 2021. Penurunan yang paling mencolok terlihat pada tahun 2025, di mana pendapatan tercatat hanya sekitar US\$ 111 juta. Angka ini bahkan lebih rendah dibandingkan pendapatan pada tahun 2018 yang mencapai US\$ 119 juta.

Penurunan tersebut menunjukkan adanya dinamika dalam keputusan pembelian item virtual oleh pemain. Meskipun jumlah pemain dan tingkat popularitas Mobile Legends masih tergolong tinggi, perubahan pada tingkat pendapatan mengindikasikan bahwa tidak semua pemain yang aktif secara konsisten melakukan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian item virtual tidak sekadar ditentukan oleh keberadaan *game* itu sendiri, tetapi juga oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan pengalaman dan keterlibatan pemain. Pembelian item virtual dalam *game* Mobile Legends umumnya tidak memberikan manfaat fungsional secara langsung dalam mekanisme permainan, melainkan lebih menekankan pada aspek visual, simbolik, dan pengalaman emosional pemain. Maka dari itu, faktor psikologis serta desain visual menjadi hal yang relevan untuk dikaji dalam memahami keputusan pembelian item virtual dalam *game* Mobile Legends.

Dalam kehidupan sehari-hari, individu menghadapi berbagai tuntutan dan tekanan yang dapat menimbulkan kejenuhan maupun stres. Untuk mengurangi kondisi tersebut, hiburan digital sering dimanfaatkan sebagai sarana relaksasi dan pengalihan perhatian. *Game online* menjadi salah satu media yang sering digunakan karena menawarkan dunia virtual yang lebih terkontrol serta memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan. Kecenderungan menggunakan media sebagai bentuk pelarian dari realitas ini dikenal sebagai eskapisme, yaitu upaya individu untuk menghindari atau mengalihkan diri dari tekanan dengan memusatkan perhatian pada aktivitas yang memberikan kesenangan (Christian dan Murti, 2025:3016). Dalam *game* Mobile Legends, tingkat eskapisme yang tinggi dapat meningkatkan keterlibatan emosional pemain. Semakin tinggi keterlibatan tersebut, maka semakin besar kemungkinan pemain terdorong untuk meningkatkan pengalaman bermain melalui pembelian item virtual (Dharmesti dkk. dalam Subarkah dkk., 2023:142).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selanjutnya, keputusan pembelian item virtual juga sangat dipengaruhi oleh tampilan visual yang ditawarkan. Sebagian besar item virtual dalam Mobile Legends, khususnya *skin* tidak memberikan peningkatan kemampuan secara signifikan, melainkan menawarkan nilai utama berupa desain visual yang lebih menarik. Animasi yang lebih halus, efek *skill* yang lebih mencolok, kombinasi warna yang kontras, hingga detail karakter yang lebih kompleks menjadi daya tarik utama yang membedakan satu *skin* dengan yang lain. Bagi para pemain, tampilan visual bukan sekadar pelengkap tetapi menjadi sumber kepuasan tersendiri saat bermain. Efek animasi yang lebih dramatis atau desain karakter yang lebih estetik dapat meningkatkan pengalaman bermain dan rasa bangga ketika digunakan dalam pertandingan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek desain menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian item virtual. Menurut Kobayashi dkk. dalam Yusof dkk. (2023:147), desain estetika adalah bentuk daya tarik visual yang mencerminkan seni, keseimbangan, dan nilai emosional yang ditampilkan melalui warna, bentuk, dan elemen visual lainnya. Dengan demikian, semakin menarik desain visual yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan pemain terdorong untuk melakukan pembelian.

Meskipun dorongan pelarian dan daya tarik visual dikatakan dapat memengaruhi keputusan pembelian, hubungan tersebut tidak selalu terjadi secara langsung, melainkan diperantarai oleh kesesuaian diri pemain. Dalam Mobile Legends, pemain tidak hanya berinteraksi untuk memenangkan pertandingan, tetapi juga membangun citra diri melalui karakter dan item virtual yang digunakan. Item virtual seperti *skin* menjadi simbol yang merepresentasikan kepribadian, gaya, maupun gambaran diri yang ingin ditampilkan kepada pemain lain. Misalnya, pemain yang memandang dirinya sebagai sosok kompetitif dan dominan, cenderung memilih *skin* dengan tampilan yang tegas dan kuat. Sebaliknya, pemain yang ingin menampilkan kesan santai atau ceria dapat memilih *skin* dengan tampilan yang lebih ringan dan ekspresif. Pilihan tersebut menunjukkan bahwa pembelian item virtual tidak semata-mata didasarkan pada fungsi permainan, melainkan juga pada kesesuaian antara citra item dengan konsep diri pemain. Menurut Johar dan Sirgy dalam Hondo (2024:67), kesesuaian diri merupakan proses pencocokan antara konsep diri konsumen dengan citra produk atau merek



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang digunakan, di mana semakin tinggi tingkat kesesuaian tersebut, semakin besar kemungkinan pemain terdorong untuk melakukan pembelian. Kesesuaian ini terjadi antara konsep diri pemain dengan identitas virtual yang direpresentasikan melalui item virtual seperti *skin* atau item kosmetik lainnya.

Maka dari itu, eskapisme, desain estetika, dan kesesuaian diri diduga menjadi faktor-faktor yang saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends. Menurut Hun dkk. dalam Maru dkk. (2024:129) keputusan pembelian merupakan proses yang dilalui konsumen dalam mengenali kebutuhan, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu, mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia, hingga akhirnya menentukan pilihan pembelian. Dalam Mobile Legends, keputusan tersebut terwujud dalam bentuk pembelian item virtual seperti *skin* atau efek khusus yang tidak selalu memberikan keunggulan fungsional, namun memiliki nilai psikologis, simbolik, dan estetis bagi pemain.

Penelitian ini dibatasi pada pengujian dua variabel independen, yaitu eskapisme dan desain estetika, terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen, melalui kesesuaian diri sebagai variabel mediasi. Faktor-faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian seperti harga, promosi, kemudahan transaksi, maupun pengaruh sosial, tidak menjadi fokus dalam penelitian ini. Selain itu, responden dalam penelitian ini dibatasi pada pemain Mobile Legends yang berdomisili di Kota Depok. Kota Depok dipilih karena merupakan salah satu wilayah dengan komunitas pemain yang cukup aktif, dapat dilihat dari banyaknya penyelenggaraan turnamen Mobile Legends di tingkat lokal. Hal ini dibuktikan melalui turnamen yang diadakan oleh Pemuda Partai Perindo Depok yang diikuti oleh 32 tim dengan akumulasi mencapai 220 pemain (Sandi, 2023). Selain itu, turnamen serupa juga diselenggarakan oleh Komunitas Ojek Online (Kajol) Indonesia yang berhasil melibatkan puluhan pengemudi ojek *online* di kota Depok (Nurchayadi, 2023). Aktivitas kompetitif ini terus berlanjut hingga tahun 2025 pada kompetisi POCO Extreme League yang berlangsung di Interaksi Space Depok dan sukses diikuti lebih dari 20 tim komunitas (Annisya, 2025). Hal tersebut menunjukkan adanya aktivitas kompetitif dan antusiasme pemain terhadap *game* Mobile Legends di Kota Depok, yang mengindikasikan bahwa minat dan partisipasi pemain tergolong cukup tinggi serta berpotensi meningkatkan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keterlibatan pemain dalam *game*, termasuk dalam bentuk pembelian item virtual sebagai bagian dari pengalaman bermain.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis memilih judul *Pengaruh Eskapisme dan Desain Estetika terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Game Mobile Legends melalui Kesesuaian Diri (Studi Kasus Pemain Mobile Legends di Kota Depok)*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Pendapatan *in-app purchase game* Mobile Legends secara global mengalami fluktuasi dan penurunan dalam beberapa tahun terakhir, meskipun jumlah pemain masih tergolong besar.
- b. Tingginya aktivitas bermain dan antusiasme pemain tidak selalu diikuti dengan keputusan untuk membeli item virtual, sehingga terdapat perbedaan perilaku di antara pemain.
- c. Kesesuaian diri diduga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, namun belum diketahui secara pasti apakah kesesuaian diri berperan secara signifikan sebagai penghubung antara eskapisme dan desain estetika terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends.
- d. Belum adanya penelitian yang secara bersamaan menguji pengaruh eskapisme dan desain estetika terhadap keputusan pembelian melalui kesesuaian diri sebagai mediasi, khususnya dalam konteks item virtual Mobile Legends.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah eskapisme dan desain estetika berpengaruh terhadap kesesuaian diri pemain Mobile Legends?
- b. Apakah eskapisme dan desain estetika berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends?
- c. Apakah kesesuaian diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d. Apakah eskapisme dan desain estetika berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends melalui kesesuaian diri?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh eskapisme dan desain estetika terhadap kesesuaian diri pemain Mobile Legends.
- b. Untuk mengetahui pengaruh eskapisme dan desain estetika terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian diri terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends.
- d. Untuk mengetahui pengaruh eskapisme dan desain estetika terhadap keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends melalui kesesuaian diri.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu, terutama terkait dengan peran eskapisme, desain estetika, dan kesesuaian diri dalam memengaruhi keputusan pembelian seseorang, terutama dalam konteks item virtual. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain di masa depan yang akan mengangkat topik serupa.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembang *game* Mobile Legends dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian item virtual, khususnya yang berkaitan dengan eskapisme, desain estetika, dan kesesuaian diri. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pemain dalam memahami perilaku pembelian item virtual dengan lebih bijak, serta menjadi bahan rujukan bagi pihak-pihak terkait yang ingin mengembangkan industri ekonomi kreatif dan *game online* di Indonesia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan tentang *Pengaruh Eskapisme dan Desain Estetika terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Game Mobile Legends melalui Kesesuaian Diri (Studi Kasus Pemain Mobile Legends di Kota Depok)*. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel Eskapisme terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesesuaian Diri dengan tingkat pengaruh yang tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa eskapisme yang dirasakan pemain dapat mendorong terbentuknya Kesesuaian Diri.
- b. Variabel Desain Estetika terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesesuaian Diri dengan tingkat pengaruh yang tergolong kuat. Hal ini menunjukkan bahwa Desain Estetika yang menarik dari item virtual dapat mendorong terbentuknya Kesesuaian Diri.
- c. Variabel Eskapisme terbukti tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dengan tingkat pengaruh yang sangat lemah. Dengan demikian, eskapisme tidak menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pemain dalam melakukan pembelian item virtual *game* Mobile Legends.
- d. Variabel Desain Estetika terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat pengaruh yang tergolong besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik desain estetika dari item virtual, maka semakin tinggi kecenderungan pemain untuk melakukan pembelian.
- e. Variabel Kesesuaian Diri terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat pengaruh yang tergolong kecil. Maka dari itu, semakin tinggi Kesesuaian Diri yang dirasakan pemain, maka semakin besar kemungkinan pemain melakukan pembelian item virtual.
- f. Variabel Kesesuaian Diri terbukti memediasi pengaruh Eskapisme terhadap Keputusan Pembelian item virtual *game* Mobile Legends secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa Eskapisme berpengaruh secara tidak langsung



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesesuaian Diri sebagai variabel mediasi.

- g. Variabel Kesesuaian Diri tidak mampu memediasi pengaruh Desain Estetika terhadap Keputusan Pembelian item virtual *game* Mobile Legends secara signifikan. Dengan demikian, hipotesis mediasi dinyatakan ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa Desain Estetika lebih berperan secara langsung dalam mendorong Keputusan Pembelian dibandingkan melalui Kesesuaian Diri sebagai variabel mediasi. Dengan kata lain, daya tarik visual item virtual sudah cukup kuat untuk memengaruhi keputusan pembelian tanpa harus melalui proses kesesuaian diri pemain.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis, yaitu:

a. Bagi Perusahaan

Penulis menyarankan kepada Moonton selaku pengembang *game* Mobile Legends, untuk terus meningkatkan kualitas desain estetika pada item virtual, seperti *skin*, efek visual, animasi, maupun elemen visual lainnya. Hal ini dikarenakan desain estetika terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian pemain. Maka, desain item virtual yang menarik, inovatif, dan berkualitas diharapkan mampu meningkatkan minat pemain untuk melakukan pembelian. Selain memperhatikan aspek visual, penulis juga menyarankan untuk mengembangkan item virtual yang mampu merepresentasikan konsep diri atau citra diri pemain. Dengan menyediakan variasi desain yang sesuai dengan preferensi dan karakteristik pemain, item virtual akan lebih mudah menciptakan kesesuaian diri, sehingga dapat mendorong pemain untuk mengambil Keputusan pembelian.

Meskipun eskapisme tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, Moonton tetap disarankan untuk menghadirkan pengalaman bermain yang menarik, menyenangkan, dan kompetitif sehingga pemain dapat merasakan kesesuaian diri dalam permainan. Kesesuaian diri



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tersebut diharapkan dapat mendorong keputusan pembelian item virtual *game* Mobile Legends.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Meskipun beberapa hipotesis telah menunjukkan hasil yang signifikan, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari kekurangan. Maka dari itu, penulis menyarankan peneliti selanjutnya untuk memperluas lingkup penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain yang belum dianalisis dalam penelitian ini, namun berpotensi memengaruhi Keputusan pembelian item virtual seperti *achievement*, *challenge*, *free trial experience*, *flow experience* maupun pengaruh sosial. Penambahan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memperkaya model penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dalam mengkaji perilaku pemain terkait Keputusan pembelian item virtual. Serta menjadi acuan bagi Moonton dan pengembang *game online* lainnya dalam memahami berbagai faktor yang dapat mendorong pemain untuk melakukan pembelian item virtual.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- ActivePlayer.io. (2026). *Mobile Legends: Bang Bang Live Player Count and Statistics*. <https://activeplayer.io/mobile-legends-bang-bang/>
- Alexander, R. (2026). *Mobile Legends: Bang Bang User Data and Statistics 2026*. Co-Op Board Games. <https://coopboardgames.com/online-gaming/mobile-legends-bang-bang/>
- Alim, A., & Madjid, A. (2025). The Impact of Mobile Legends on the Emotional Intelligence of PAI UMY Students. *Transformational Language, Literature, and Technology Overview in Learning*, 4(1), 44–60.
- Annisya, V. (2025). *POCO Extreme League Season 4 Resmi Dimulai, Depok Jadi Kota Pertama*. GGWP.Id. <https://www.ggwp.id/esports/moba/poco-extreme-league-season-4-resmi-dimulai-00-c57ll-rrf0g5>
- Asi, R. G. (2026). *Sensor Tower Rilis Data 2025: Tren Game Mobile Indonesia Berubah*. Ligagame. <https://www.ligagame.tv/games/sensor-tower-rilis-data-2025-tren-game-mobile-indonesia-berubah>
- Badan Pusat Statistik. (2026a). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2026*.
- Badan Pusat Statistik. (2026b). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Depok (Jiwa), 2025*.
- Campina. (2024). *Sasar Generasi Muda, Campina Gandeng MPL Indonesia*. <https://www.campina.co.id/post/sasar-generasi-muda-campina-gandeng-mpl-indonesia>
- Christian, A., & Murti, A. S. M. (2025). Kesejahteraan Psikologis dan Eskapisme pada Mahasiswa Pemain Video Game. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 4(6), 3013–3027. <https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl>
- Dhia, M. R., & Rijadi, C. N. (2024). The Influence of Visual Aesthetic Design and Cross-Cultural Regions on Virtual Item Purchase Intentions in The Genshin Impact Game. *Journal of Commerce Management and Tourism Studies*, 3(3), 244–250.
- Fadia, N. A., Priatna, W. B., & Dharmawan, L. (2025). Persepsi Gen Z terhadap Konten Viral Tiktok @Bogoraquagame dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(6), 1812–1818. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i6.1083>
- Fadillah, M. N., & Subchan, M. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Marketplace di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 12(1), 123–129.
- Gani, M. O., Rahman, M. S., Bag, S., Kalam, S. M. A., & Pretorius, J. H. C. (2026). Determinants of short video viewers' satisfaction and its impact on word-of-mouth Sharing: An empirical study. *Asia Pacific Management Review*, 31(2), 100383. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2025.100383>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition* (3rd ed.). SAGE.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hannan, J., & Ardhani, L. (2024). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Game Online Mobile Legends dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(3), 938–954. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i3.686>
- Hondo, I. K. (2024). The Effect of Self-Congruity and Brand Credibility on Purchase Decisions with Purchase Intention as a Mediating Variable: An Empirical Study on Apple MacBook Pro Products in Surabaya. *Utsaha: Journal of Entrepreneurship*, 3(2), 65–85.
- Jakpat. (2025). *Indonesian Gaming Behavior 2025*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/publication/indonesian-gaming-behavior-2025-mgMC3>
- Kemp, S. (2026). *Digital 2026 Global Overview Report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-global-overview-report>
- Lourdes, J. R. P., & Ferdinand, A. T. (2024). Menelusuri Jalan Menuju Brand Loyalty: Peran Self-Congruity dalam Customer Experience (Studi pada Pengguna Nike di Kota Semarang). *Diponogoro Journal of Management*, 13(4), 1–14.
- Makarawung, J. C. F., Ogi, I. W. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Pengalaman Pengguna dan Promosi Influencer terhadap Pembelian Impulsif Produk Virtual dalam Game Mobile Legends pada Pemain Mobile Legends di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 881–892. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52264>
- Maru, I. N. T., Goetha, S., & Niha, S. S. (2024). Pengaruh Promosi Online, Celebrity Endorser, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Diamond Mobile Legends di Kota Kupang: Peran Mediasi Gaya Hidup. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(2), 128–135. <https://doi.org/10.56916/jimab.v3i2.903>
- Mawardi. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Maxentia, R., & Rahmandani, A. (2021). Hubungan antara Escapism dengan Kecenderungan Kecanduan Game Online pada Anggota Komunitas Esport X Semarang. *Jurnal Empati*, 10(5), 334–339.
- Mike. (2026). *Red Bull Hadirkan Gaming Ground di MLBB M7 World Championship*. Esport.Id. <https://esports.merahputih.com/read/red-bull-hadirkan-gaming-ground-di-mlbb-m7-world-championship-17979>
- Munawar, S., Setiani, I., & Alamanda, D. T. (2023). Pengaruh Nilai Konsumsi terhadap Keputusan Pembelian Virtual Goods melalui Electronic Word of Mouth (eWOM) pada PUBG Mobile di Indonesia. *Remik*, 7(2), 915–925. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12299>
- Negara, D. W. P., Widodo, Z. D., & Darsono. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth, dan Kualitas Produk Platform Steam pada Keputusan Pembelian Game (Studi Kasus pada Area Soloraya). *Jurnal Perkusi: Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia*, 3(2), 323–328. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v3i2.29583>
- Nurcahyadi, G. (2023). *Kajol Indonesia Gelar Turnamen Mobile Legends di Depok*. Media Indonesia.
- Nurfadilah, S. D. (2021). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Commerce pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Sukabumi). *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 2(1), 16–23. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (3rd ed.).
- Qibtiah, M., Kamalia, A., Andriani, M. D., Pramesti, N. S., Nuruzzahra, Febrianie, R., Maulina, N., & Setyastuti, Y. (2025). Eskapisme Digital dan Ketidakpuasan Pengguna Media Sosial terhadap Realitas Dunia Kerja: Studi Sentimen pada Tren “Kabur Aja Dulu.” *Pawitra Komunika Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*, 6(1), 13–20.
- Rahiem, V. A., & Fitrananda, C. A. (2021). Persepsi Gamers tentang Aktivitas Microtransactions di Virtual Goods Marketplace Itemku.com. *Journal of Strategic Communication*, 11(2), 99–108.
- Ramadhani, S. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual pada Game Online Mobile Legends di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(2), 143–149. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8259>
- Razali, G., Syamil, A., Hurit, R. U., Asman, A., Lestariningsih, Radjawane, L. E., Bagenda, C., Falasifah, N., Amame, A. P. O., Tingga, C. P., Saloom, G., S. S., Gultom, N. B., Fadhillatunisa, D., Fakhri, M. M., & Rosidah. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi* (S. Bahri (ed.)).
- Redaksi. (2024). *Warga RI Habiskan Duit Segini buat Main Game di HP, Gokil!* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240111113505-37-504737/warga-ri-habiskan-duit-segini-buat-main-game-di-hp-gokil>
- Sandi, M. R. (2023). *Tim Garuda Elite 1 Juara Turnamen Mobile Legends Pemuda Partai Perindo Depok*. INews.Id. <https://www.inews.id/news/megapolitan/tim-garuda-elite-1-juara-turnamen-mobile-legends-pemuda-partai-perindo-depok>
- Sapitri, N. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware pada Ibu Rumah Tangga di Nagari Durian Tinggi Kecamatan Kapur IX*.
- Sarwani, & Rohmah, F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 83–99. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Statista. (2025). *Annual Revenue Generated by Mobile Legends: Bang Bang Worldwide from 2016 to 2025 YTD*. <https://www.statista.com/statistics/1089412/mobile-legends-player-spending/>
- Subarkah, W. P., Santoso, A., & Widhianingrum, W. (2023). A Study of Player Behavior and Social Influences to Purchase Intention Mobile Legends: Bang Bang In-Game Item. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 04(03), 138–158. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i3.5639>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Tsang, S., Royse, C. F., & Terkawi, A. S. (2017). Guidelines for developing , translating , and validating a questionnaire in perioperative and pain medicine. *Saudi Journal of Anesthesia*. <https://doi.org/10.4103/sja.SJA>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Waluyo, C. A. (2024). *Pendapatan Pasar Game di Indonesia Diperkirakan Tembus Rp19 Triliun*. Kontan.Co.Id. https://images.kontan.co.id/photo_story/1686/Pendapatan+Pasar+Game+di+Indonesia+Diperkirakan+Tembus+Rp+19+Triliun
- Yusof, Y. Bin. (2024). *Pengaruh Desain Estetik, Review Online, dan Free Trial Experience terhadap Minat Beli Produk Game Genshin Impact*.
- Yusof, Y. Bin, Supriyanto, A., & Wibowo, J. (2023). Pengaruh Free Trial Experience dan Aesthetic Design terhadap Minat Beli Produk Game Genshin Impact. *Greenomika*, 05(2), 145–153.
- Zendra, E. F., & Ferdinand, A. T. (2021). Pengaruh Brand Personality terhadap Brand Loyalty melalui Self Congruity dan Customer Brand Identification sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Ponsel Pintar Apple di Kota Semarang). *Diponogoro Journal of Management*, 10(4), 1–9.

