

---

## PENGARUH RASIONALITAS KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IN-APP PURCHASE PADA GAME GENSHIN IMPACT

Marvin Leonardo Kurniawan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Widya Kartika

### Abstrak

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Tindakan Rasionalitas Instrumental, Tindakan Rasionalitas Nilai, Tindakan Non Rasionalitas Afektif, Tindakan Non Rasionalitas Tradisional berpengaruh terhadap keputusan pembelian In-app Purchase pada Game Genshin Impact secara parsial. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian In-app purchase pada Game Genshin Impact. Metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah *probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Metode analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda, Uji t melalui *software* SPSS. Hasil dari penelitian ini pada tindakan rasionalitas instrumental tidak ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, pada variabel tindakan rasionalitas nilai tidak ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, pada variabel tindakan non rasionalitas afektif ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan pada tindakan non rasionalitas tradisional tidak ditemukan adanya pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci :** Rasionalitas Instrumental, Rasionalitas Nilai, Non Rasionalitas Afektif, Non Rasionalitas Tradisional, Keputusan Pembelian

### Abstract

*The aim of this research is to find out whether Act of Instrumental Rationality, Act of Value Rationality, Act of Affective Non Rationality, and Act of Traditional Non Rationality influence the purchasing decision of In-app Purchase in Genshin Impact Game partially. This type of research used is quantitative research. The population of this study are all consumers who have purchased In-app Purchase in Genshin Impact Game. The research method used is questionnaire. With a total of 100 respondents. The data collection technique used is probability sampling with a purposive sampling procedure. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, t test through SPSS software. The results of this research found that there was no partial influence on Act of Instrumental Rationality on Purchase Decisions, there was no partial influence on Act of Value Rationality on Purchase Decisions, On Act of Affective Non Rationality was found to have a partial influence on purchasing decisions and there was no partial influence on Act of Traditional Non Rationality on Purchase Decisions.*

**Keywords:** *Instrumental Rationality, Value Rationality, Affective Non Rationality, Traditional Non Rationality Purchase Decision*

## 1. PENDAHULUAN

Internet mengubah teknologi komunikasi secara masal, semua orang di dunia dapat dengan mudah terhubung akses internet. *Game Online / Mobile Game* merupakan salah satu wujud perkembangan teknologi pada era globalisasi sekarang. Banyak orang mengakses *Game Online* mulai dari usia remaja sampai dewasa. Hal ini disebabkan oleh karena kemudahan dalam mengakses *Game Online*, hanya dengan menggunakan perangkat seperti komputer atau *android/iOS* yang tersambung dengan jaringan internet, seseorang sudah bisa bermain *Game Online*.

*Genshin Impact* sebagai salah satu dari beberapa *mobile game* yang cukup populer sejak tahun 2020 hingga sekarang. *Game* ini mengusung tema RPG (*Role Playing Game*), dimana para pemainnya memerankan sebuah karakter yang akan berpetualang dalam *game* tersebut. Salah satu fitur yang membuat *game* ini banyak digemari adalah adanya fitur

---

*gacha*/lotere, dimana para pemain bisa mendapatkan karakter atau senjata eksklusif melalui fitur tersebut. Untuk bisa mengakses fitur tersebut diperlukan *item* bernama “Primogem” yang bisa didapatkan dengan menyelesaikan berbagai *event* dan misi dalam *game*. Primogem yang bisa didapatkan sangat terbatas, sehingga para pemain perlu melakukan pembelian *in-app purchase* dengan menggunakan mata uang asli. Melalui *in-app purchase*, pemain membeli *item* bernama “Genesis Crystal” yang kemudian nanti bisa diubah menjadi primogem untuk digunakan di *gacha*.

*Item-item* yang ditawarkan oleh *game Genshin Impact* memiliki harga yang relatif mahal, walaupun dengan harganya yang mahal, tidak sedikit pula konsumen yang melakukan pembelian *in-app purchase*. Konsumen yang melakukan pembelian *in-app purchase* memiliki tujuan yang berbeda-beda dan juga terdapat faktor-faktor lain yang mendorong konsumen untuk melakukan suatu pembelian *in-app purchase*. Di zaman serba modern seperti saat ini, pembelian terhadap *item* dalam *game* bukanlah hal asing bagi konsumennya, karena kemudahan yang telah disediakan oleh pihak perusahaan, tetapi penting juga bagi perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian agar dapat mempertahankan eksistensi perusahaan *game* tersebut.

Pada penelitian Rina Yulius (2017) *Game online* di era sekarang mulai melakukan penjualan *item* secara virtual untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Setiap pemain *game online* memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian *item* virtual dalam *game online*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian *item* virtual pada *game online* di Indonesia.

Karena barang yang dibeli dalam *game online* bersifat tidak nyata/virtual maka pertimbangan dalam melakukan pembelian didasari oleh tindakan rasionalitas. Tindakan rasional menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan ketika ingin membeli, suatu pengetahuan tentang keyakinan yang telah ditetapkan secara ilmiah, atau atas dasar lain yang dianggap rasional (Sidiq, 2018). Max Weber menyebutkan empat jenis tindakan yang dibedakan menjadi beberapa jenis tipe yang terdiri dari tindakan rasional dan tindakan non rasional. Berdasarkan dari dua tindakan yang digolongkan yakni tindakan rasional yang diungkapkan oleh Max Weber disebut dengan tindakan rasionalitas instrumental dan tindakan rasionalitas nilai. Sedangkan dua tindakan lain yang dikategorikan sebagai tindakan non rasional disebut dengan tindakan afektif dan tindakan tradisional (Maftuhah 2013).

Berikut penjelasan mengenai 4 tindakan rasionalitas menurut Max Weber yaitu tindakan rasionalitas instrumental adalah tindakan sosial yang dilakukan dengan memperhitungkan kesesuaian antara cara yang digunakan dan tujuan yang akan dicapai, tindakan rasionalitas nilai adalah tindakan yang didasari oleh kesadaran keyakinan mengenai nilai-nilai yang penting seperti etika, estetika, agama, dan nilai-nilai lainnya yang mempengaruhi tingkah laku manusia dalam kehidupannya, selanjutnya yang non rasional antara lain tindakan non rasionalitas afektif adalah tindakan yang didominasi oleh perasaan atau emosi dan tidak didasarkan oleh pertimbangan intelektual atau perencanaan yang sadar, kemudian yang terakhir tindakan non rasionalitas tradisional adalah tindakan yang telah menjadi kebiasaan secara turun-temurun. Beberapa konsumen *game online* cenderung melakukan pembelian *item* virtual didasari oleh tindakan non rasionalitas yang sampai bisa menghabiskan uang jutaan bahkan puluhan juta rupiah.

Berikut salah contoh kasus pembelian *In-App Purchase game online*, seorang anak berusia 12 tahun di China menghabiskan uang sumbangan saudaranya untuk melakukan *top-up game online*. Yang seharusnya uang tersebut diberikan untuk pengobatan kanker ayahnya yang sedang sakit kritis. Anak tersebut menghabiskan 3.800 yuan (Rp 8,1 juta)

---

untuk melakukan *top-up* di salah satu perusahaan *game*. Sang anak meminjam ponsel ayahnya untuk melakukan *top-up*. Kejadian tersebut baru diketahui oleh pamannya, setelah ayahnya meninggal di akhir bulan Juli 2022. sang paman meminta perusahaan tempat dimana anak tersebut melakukan *top-up* untuk mengembalikan uang tersebut. Akhirnya perusahaan tersebut memeriksa latar belakang kasus ini. Anak remaja tersebut mengaku menyesal dan bersalah atas tindakannya.

Terdapat juga kasus lain di Singapura, dimana seorang ayah menerima tagihan kartu kredit ratusan juta rupiah karena putrinya ketagihan *top-up game Genshin Impact*. Sang ayah mengatakan ia sempat kaget saat dikabari oleh banknya bahwa ada tagihan utang sebesar 20.000 dolar Singapura (Rp 211 juta) yang belum dibayar dari 89 transaksi yang tidak dikenal. Setelah ditelusuri, tagihan itu ternyata berasal dari akun *e-wallet grab* milik putrinya yang berusia 18 tahun. Lim memang menghubungkan kartu kreditnya ke akun *grab* tersebut untuk membayar biaya transportasi anaknya. Tanpa sepengetahuannya, putri Lim menghubungkan akun dompet digitalnya ke *Genshin Impact*. Ia kemudian menggunakan akun itu untuk *top up Genshin Impact* dari Agustus sampai Oktober 2021. Lim mengatakan saat ini ia berhasil mengklaim *refund* senilai 10.000 dolar Singapura dari perusahaan penerbit kartu kreditnya. Ia kemudian mengingatkan putranya yang juga *gamer* tentang bahaya jajan *online* dan menegaskan kalau ia tidak akan membayar layanan *game* apapun. Lim berharap perusahaan dan otoritas akan meninjau ulang aturan soal transaksi *online*, terutama yang melibatkan anak-anak.

Selain faktor seperti tindakan rasionalitas, keputusan pembelian juga menjadi faktor penting sebelum melakukan pembelian *in-app purchase*. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter dan Olson, 2000:162). Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai (Kotlet dan Armstrong, 2008:181). (Musay, 2023:3)

Amirullah (2002:62) mengatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun struktur keputusan pembelian adalah sebagai berikut : keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran. (Maghfiroh et al, 2016:133)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tindakan rasionalitas (instrumental dan nilai) dan tindakan non rasionalitas (afektif dan tradisional) pada pembelian *in-app purchase game Genshin Impact*, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Rasionalitas Konsumen Terhadap Pembelian *In-App Purchase* Pada *Game Genshin Impact*.”

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 JENIS PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kuantitatif karena variabel dalam penelitian ini membahas tentang fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka yang dikuantifikasi untuk menjelaskan suatu fenomena yang akan diteliti dengan dukungan studi kepustakaan untuk memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) dalam Rizky Bagas Pratama (2019) metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi.

## 2.2 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi yang dipakai mencakup pemain *game genshin impact* yang melakukan *in-app purchase* di Indonesia, *item-item genshin impact* apa saja yang dibeli oleh konsumen, dan sampel sebanyak 100 responden yang melakukan *in-app purchase* pada *game genshin impact* selama tahun 2020-2022 di Indonesia. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2001:57) dalam Ingrid Apolinaris S.P. (2020) *probability sampling* adalah teknik *sampling* yang memberi peluang yang sama kepada setiap unsur dalam populasi agar terpilih menjadi anggota sampel.

## 2.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah kuesioner, disini peneliti langsung menyebarkan pertanyaan kuesioner atau angket pada responden dalam grup *Facebook game Genshin Impact* yang pernah melakukan transaksi pembelian *in-app purchase* pada *game Genshin Impact*.

## 2.4 SUMBER DAN JENIS DATA

Sumber data penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah riset secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data yang didapatkan berupa beberapa angka yang dihitung dari hasil kuesioner yang disebarkan memiliki hubungan terhadap masalah dalam penelitian.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dan manual. Hal tersebut dilakukan agar data statistik dapat diolah secara cepat dan tepat.

## 2.5 ANALISIS DATA

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

## 2.6 TEKNIK ANALISA DATA

Teknik analisa data yang dipakai adalah Analisis Regresi Linear Berganda yaitu metode statistik umum yang dipakai dalam penelitian untuk mengetahui keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda adalah regresi yang mempunyai satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen, jika dua atau lebih dari satu variabel independen digunakan sebagai faktor prediktor yang dimanipulasi.

## 2.7 UJI HIPOTESIS

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji T. Uji T ini digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat. Kriteria dalam uji T adalah tingkat signifikan dengan level 0,05 ( = 5%)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 ANALISIS DATA

**Tabel 1**  
Uji Validitas

Variabel	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan

X1	0.924	0.1966	Valid
X2	0.691	0.1966	Valid
X3	0.494	0.1966	Valid
X3	0.888	0.1966	Valid
Y	0.659	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil analisis melalui program komputer SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3, X4 dan Y nilai r hasil diatas adalah 0.1966 sehingga butir angket dinyatakan valid.

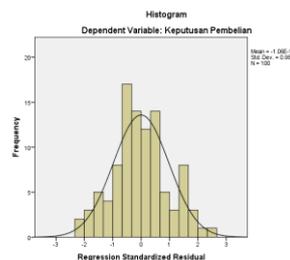
**Tabel 2**  
Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0.749	Reliabel
X2	0.608	Reliabel
X3	0.613	Reliabel
X3	0.695	Reliabel
Y	0.615	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil analisis melalui program komputer SPSS bahwa variabel instrumental, nilai, afektif dan tradisional memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60 ( $\alpha > 60$ ). Hasil uji reliabilitas instrumen pada tabel menunjukkan  $> 0.60$ , sehingga variabel X1, X2, X3, X4 dan Y dapat dinyatakan reliabel.

### 3.2 UJI ASUMSI KLASIK

#### 3.2.1 UJI NORMALITAS



**Gambar 1**  
Uji Normalitas

Kurva histogram menunjukkan bentuk kurva ini tidak miring dan menunjukkan bentuk kurva tersebut simetris atau tidak melenceng ke kiri atau kekanan namun cenderung ditengah dan berbentuk seperti lonceng. Maka gambar ini memiliki kecenderungan terdistribusi normal dan dapat disimpulkan bahwa model regresi bisa digunakan.

#### 3.2.2 UJI MULTIKOLINEARITAS

**Tabel 3**

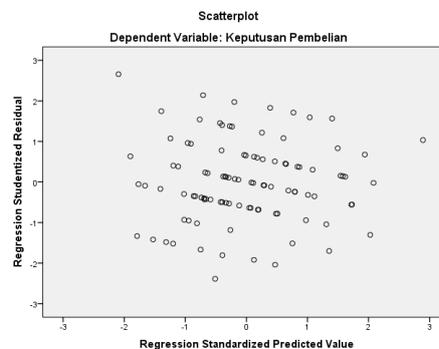
Uji

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Instrumental	.714	1.400
Nilai	.644	1.553
Afektif	.694	1.440
Tradisional	.657	1.522

Multikolinieritas

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel X1, X2, X3, X4 dan Y adalah 1.400, 1.553, 1.440, 1.522 lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance value* 0.714, 0.644, 0.694, 0.657 lebih besar dari 0,1 maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Karena nilai *Tolerance* dari variabel X1, X2, X3, X4 dan Y lebih besar dari  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Dan nilai VIF dari semua variabel lebih kecil dari  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

### 3.2.3 UJI HETEROKEDASTISITAS



**Gambar 2**  
Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik tersebar secara acak dan terletak di atas maupun di bawah. Yang artinya tidak ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi maka model regresi bisa untuk digunakan.

### 3.2.4 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

**Tabel 4**  
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant) Instrumental	10.506	.903		11.629	.000
Nilai	-.078	.066	-.137	-1.190	.237
Afektif	-.067	.082	-.099	-.814	.418
Tradisional	.195	.085	.269	2.299	.024
	.094	.073	.155	1.288	.201

Dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar 10.506 dan untuk Instrumental sebesar -0.078 lalu Nilai sebesar -0.067, Afektif sebesar 0.195, dan Tradisional sebesar 0.094 sehingga

---

dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda seperti berikut :

$$Y = 10.506 + (-0.078) X1 + (-0.067) X2 + 0.195 X3 + 0.094 X4 + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan pembelian  
X1 : Instrumental  
X2 : Nilai X3 : Afektif  
X4 : Tradisional  
e : toleransi ketidakaktifan

### 3.4 UJI T

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial variabel X (Instrumental, Nilai, Afektif, dan Tradisional) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian)

#### 1. Instrumental (X1)

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96)$  diperoleh  $t$  tabel = 1.9849. hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh  $t$  hitung sebesar -1.190. dengan demikian  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $-1.190 < 1.9849$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya pada variabel Instrumental tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### 2. Nilai (X2)

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96)$  diperoleh  $t$  tabel = 1.9849. hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh  $t$  hitung sebesar -0.814. dengan demikian  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $-0.814 < 1.9849$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya pada variabel Nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### 3. Afektif (X3)

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96)$  diperoleh  $t$  tabel = 1.9849. hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh  $t$  hitung sebesar 2.299. dengan demikian  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $2.299 > 1.9849$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima, artinya pada variabel Afektif secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### 4. Tradisional (X4)

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96)$  diperoleh  $t$  tabel = 1.9849. hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh  $t$  hitung sebesar 1.288. dengan demikian  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $1.288 < 1.9849$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya pada variabel Tradisional tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

---

## 4. KESIMPULAN

### 4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya dapat disimpulkan yaitu yang pertama tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan tindakan rasionalitas instrumental secara parsial terhadap keputusan pembelian. yang kedua juga tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan antara tindakan rasionalita nilai secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kemudian yang ketiga adanya pengaruh signifikan antara tindakan non-rasionalitas afektif secara parsial terhadap keputusan pembelian. Artinya konsumen cenderung melakukan pembelian *item in-app purchase* didasarkan oleh perasaan yang bersifat subyektif. Dan yang terakhir tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan tindakan non-rasionalitas tradisional secara parsial terhadap keputusan pembelian.

### 4.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, hendaknya didalam penelitian selanjutnya pada tindakan rasionalitas instrumental, tindakan rasionalitas nilai, dan tindakan non-rasionalitas tradisional kemudian untuk tindakan non-rasionalitas afektif karena dalam penelitian ini memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian, bisa menjadi pertimbangan untuk diteliti lebih dalam atau tidak. Bisa dijadikan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel pada penelitian ini untuk digunakan sebagai acuan untuk penelitian pada *game* lain selain *Genshin Impact*. Adanya pengaruh tindakan non rasionalitas afektif secara parsial terhadap keputusan pembelian, sehingga pemilik usaha bisa meningkatkan strategi pemasarannya terhadap variabel tersebut sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian terhadap *in-app purchase* di *game Genshin Impact*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainul. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol, 2016, 40.1.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta. (langkah-langkah keputusan pembelian)
- Musay, Fransisca Paramitasari. Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang). 2013. PhD Thesis. Brawijaya University
- Priatama, Ardhanu. Uang dan Peluang: Konsumsi Barang Virtual dalam Game RF Online Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2018, 5.
- Subianto, Totok. Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2007, 3.3: 165-182.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Wahyuni, Tutik; Zuhriyah, Amanatuz. Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 2020, 1.1: 232-243.

Wijaya, Akbar Nugroho; Alamanda, Dini Turipanam. Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online F2p Moba. eProceedings of Management, 2016, 3.1.