



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP ATTITUDE TOWARDS PLAYSTATION VR
BESERTA *PERCEIVED PRICE* DAN *PRODUCT REVIEW* DENGAN
IMPLIKASINYA TERHADAP PURCHASE INTENTION
TELAAH PADA AKSESORIS GAME PLAYSTATION VR**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)

Christoforus Dave Noverly

12130110043

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Christoforus Dave Noverly
Nomor Induk Mahasiswa : 12130110043
Fakultas / Jurusan : Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perceived *Usefulness* dan
Perceived Ease of Use Terhadap *Attitude Towards Playstation VR* Beserta *Perceived Price* dan *Product Review* Dengan Implikasinya Terhadap *Purchase Intention*.
Telaah pada Aksesoris *Game Playstation VR*
Dosen Pembimbing : Trihadi P. Erhan S.E., M.S.E.

Tangerang, 9 Agustus 2017

Ketua Sidang



Nosica Rizkalla, S.E., MSc.

Pengaji


Boby Arinto

Boby Arinto, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing



Trihadi P. Erhan, S.E., M.S.E.

Ketua Program Studi Manajemen



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Christoforus Dave Noverly menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Towards Playstation VR* Beserta *Perceived Price* dan *Product Review* Dengan Implikasinya Terhadap *Purchase Intention*: Telaah pada Aksesoris *Game* Playstation VR adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Selain itu saya menyatakan bahwa data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data asli dan tidak di manipulasi.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas.

Tangerang, 9 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,

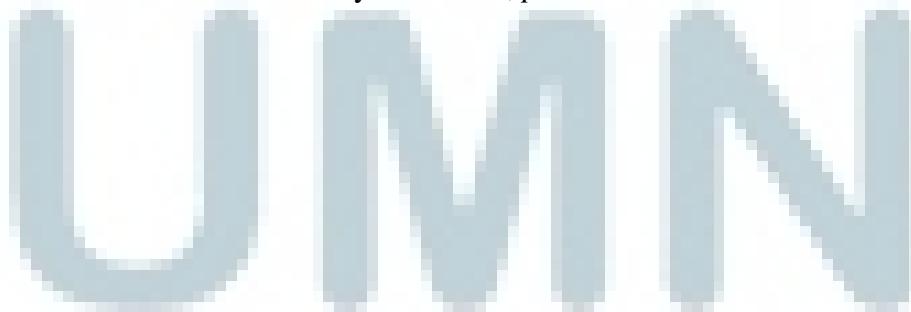

Christoforus Dave Noverly
12130110043

ABSTRAK

Beberapa teknologi saat ini yang sudah mulai digunakan untuk kebutuhan bermain *game* VR (Virtual Reality). Salah satu perusahaan raksasa Jepang yaitu Sony yang bergerak dibidang elektronik telah menciptakan sesuatu yang baru yang dinamakan Playstation VR. Playstation VR menawarkan pengalaman baru dalam bermain *game* konsol karena hanya Playstation VR sajalah yang menggunakan mesin konsol untuk bermain *game*. Penelitian ini ingin menganalisa hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dapat mempengaruhi *attitude towards Playstation VR*, *perceived price* dan *product review* mempengaruhi *purchase intention* serta hubungan antara *attitude towards playstation VR* dengan *purchase intention*.

Model teoritis dalam penelitian ini disampaikan dengan 5 hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model*. Total data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 orang.

Kata kunci : *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived price*, *product review*, *attitude towards Playstation VR*, *purchase intention*



ABSTRACT

Some of the current technologies that have started to be used for the needs of playing games are VR (Virtual Reality). One of the Japanese giants company Sony is engaged in electronics that has created something new called the Playstation VR. Playstation VR offers new gaming experience because only the Playstation VR alone uses a console engine to play games. This study wanted to analyze the relationship between perceived usefulness and perceived ease of use can influence attitudes toward Playstation VR, price perception and product review to purchase intention and relationship between attitudes toward playstation VR with purchase intention.

The theoretical model in this study with 5 hypotheses to be reviewed by using Structural Equation Model. The total data used in this study is 140 people

Keywords : *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived price, product review, attitude towards Playstation VR, purchase intention*



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkatnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu dengan judul “Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Towards Playstation VR* Beserta *Perceived Price* dan *Product Review* Dengan Implikasinya Terhadap *Purchase Intention*: Telaah pada Aksesoris *Game Playstation VR*” yang mana menjadi salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata satu program studi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Proses demi proses telah penulis selesaikan, banyak sekali pengalaman baru selama masa penyusunan skripsi ini dimana para dosen ikut turut membimbing dalam penelitian. Semoga penelitian yang telah disusun ini dapat menjadi bermanfaat bagi penelitian berikutnya khususnya dalam ruang lingkup *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived price*, *product review*, *attitude towards Playstation VR*, *purchase intention*. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak pihak yang telah banyak membantu selama penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Orang tua yang bernama RR. Elisabeth Sari Prananingrum (mamah) & Ign Momock Kelana (papah) serta juga adik – adik tersayang Nicolas Krishna Devara & Nicodemus Arjuna Prasetyo yang selalu mendukung dan terus memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis senantiasa semangat dalam penggerjaan penelitian ini

2. Bapak dosen Trihadi P. Erhan selaku dosen pembimbing skripsi untuk 2 semester (extend) yang mana senantiasa sabar dalam menghadapi penulis dalam penyusunan skripsi ini
3. Seluruh dosen manajemen di Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan penulis banyak masukan sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini
4. Teman teman grup line “Skripsweet” yaitu moses, aldo, adrianus, evalyn dan tidak hanya itu melainkan teman – teman lain yaitu abraham, johakim, sufi, yang selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan dengan baik
5. Tiwi Astrida Stefani selaku belahan jiwa yang selalu memberikan dukungan serta bantuan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kos – kosan yang senantiasa memberikan suasana tenang dan damai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tentram
7. Semua orang terdekat yang tidak dapat disebutkan satu per satu semoga semua bantuan yang disalurkan kepada penulis dapat kembali berkali lipat pahalanya
8. Kepada para Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner untuk dapat diselesaikannya penelitian ini

Tangerang, 9 Agustus 2017



Christoforus Dave Noverly

12130110043

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Pertanyaan Penelitian	24
1.4 Tujuan penelitian	244
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.6 Batasan Penelitian	26
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	26
BAB II LANDASAN TEORI	28
2.1 Pemasaran	28

2.2 Perilaku Konsumen	29
2.3 <i>Perceived usefulness</i>	30
2.4 <i>Perceived ease of use</i>	31
2.5 <i>Perceived Price</i>	32
2.6 <i>Product Review</i>	33
2.7 <i>Attitude</i>	33
2.8 <i>Purchase Intention</i>	35
2.9 Hipotesis Penelitian	36
2.9.1 Hubungan antara <i>Perceived usefulness</i> dengan <i>attitude towards Playstation VR</i>	36
2.9.2 Hubungan antara <i>Perceived ease of use</i> dengan <i>attitude towards Playstation VR</i>	37
2.9.3 Hubungan antara <i>Perceived Price</i> dengan <i>purchase intention</i>	38
2.9.4 Hubungan antara <i>Product Review</i> dengan <i>purchase intention</i>	39
2.9.5 Hubungan antara <i>attitude towards Playstation VR</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	40
2.10 Penelitian Terdahulu	41
2.11 Metode Penelitian.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	55

3.2.1 Jenis Penelitian.....	55
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	57
3.3.1 Target Populasi	57
3.3.2 Sampling Techniques	58
3.3.3 Sampling Size	60
3.3.4 Sampling Process	61
3.3.4.1 Data Riset	61
3.3.4.2 Cara Pengumpulan Data	61
3.3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data	62
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	63
3.4.1 Variabel Eksogen	63
3.4.2 Variabel Endogen	63
3.4.3 Variabel Teramati	64
3.5 Definisi Operasional	65
3.6 Teknik Analisis	73
3.6.1 Uji Instrumen	73
3.6.1.1 Uji Validitas	73
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	74
3.6.2 Metode Analisis Data dengan <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	74
3.6.2.1 Variabel dalam SEM	77
3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM	77

3.6.2.3 Kecocokan Model Pengukuran (<i>Measurement Model Fit</i>)	79
3.6.2.4 Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Model Fit</i>)	81
3.7 Model Pengukuran.....	83
3.7.1 Model Keseluruhan Penelitian (<i>path diagram</i>).....	86
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	88
4.1 <i>Profile</i> Responden	88
4.1.1 <i>Profile</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
4.1.2 <i>Profile</i> Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.1.3 <i>Profile</i> Responden Berdasarkan profesi.....	90
4.1.4 <i>Profile</i> Responden Berdasarkan Domisili	91
4.2 Analisis Deskriptif.....	91
4.2.1 <i>Perceived Usefulness</i>	92
4.2.2 <i>Perceived Ease Of Use</i>	93
4.2.3 <i>Perceived Price</i>	95
4.2.4 <i>Product Review</i>	96
4.2.5 <i>Attitude towards Playstation VR</i>	97
4.2.6 <i>Purchase Intention</i>	99
4.3 Uji <i>Instrument Pretest</i>	100

4.4 Hasil Analisis Data <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	102
4.4.1 Hasil Analisis Kecocokan Keseluruhan Model	103
4.4.2 Hasil Analisis Model Pengukuran	104
4.4.3 Hasil Analisis Model Struktural	110
4.5 Pembahasan.....	116
4.5.1 Hasil uji pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude towards Playstation VR</i>	116
4.5.2 Hasil uji pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude towards Playstation VR</i>	117
4.5.3 Hasil uji pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .	117
4.5.4 Hasil uji pengaruh <i>Product Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	118
4.5.5 Hasil uji pengaruh <i>Attitude Towards Playstation VR</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	118
4.6 Implikasi Manajerial	119
4.6.1 Upaya meningkatkan Perceived Usefulness untuk meningkatkan Attitude Towards PSVR	119
4.6.2 Upaya meningkatkan Perceived Ease of Use untuk meningkatkan Attitude Towards PSVR.....	122
4.6.3 Upaya meningkatkan Perceived Price untuk meningkatkan Purchase Intention	123

4.6.4 Upaya meningkatkan Attitude Towards PSVR untuk meningkatkan Purchase Intention	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran	128
5.2.1 Saran untuk perusahaan	129
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	130
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN.....	xxvi

UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>game magnavox odyssey</i>	2
Gambar 1.2 VES (<i>Video Entertainment System</i>)	2
Gambar 1.3 <i>Game Super Mario</i>	4
Gambar 1.4 Nintendo VS SEGA	5
Gambar 1.5 Logo Playstation	6
Gambar 1.6 <i>global video game market 2014- 2018</i>	7
Gambar 1.7 <i>console growth market</i>	8
Gambar 1.8 Penjualan konsol pada Q2 tahun 2015	9
Gambar 1.9 <i>Shares of video games hardware 2011 - 2015</i>	10
Gambar 1.10 <i>Brand shares of video games hardware</i>	11
Gambar 1.11 <i>Guitar Hero 5 controller</i>	14
Gambar 1.12 <i>Virtual reality market</i>	16
Gambar 1.13 VR <i>user by 2016</i>	17
Gambar 1.14 Playstation VR	18
Gambar 1.15 <i>Playstation VR Release date</i>	19
Gambar 1.16 <i>Playstation VR Price</i>	20
Gambar 2.1 Modifikasi model penelitian Curran & Meuter (2005)	49

Gambar 3.1 Logo Sony	51
Gambar 3.2 Konsol Playstation 4	52
Gambar 3.3 Playstation VR	53
Gambar 3.4 VR <i>content</i>	54
Gambar 3.5 <i>Research Design</i> (Jenis Penelitian).....	55
Gambar 3.6 Teknik <i>non probability sampling</i>	59
Gambar 3.7 Variabel Eksogen	63
Gambar 3.8 Variabel Endogen.....	64
Gambar 3.9 Prosedur <i>Structural Equation Modeling</i>	77
Gambar 3.10 Model Pengukuran <i>Perceived Usefulness</i>	83
Gambar 3.11 Model Pengukuran <i>Perceived Ease of Use</i>	84
Gambar 3.12 Model Pengukuran <i>Perceived Price</i>	84
Gambar 3.13 Metode Pengukuran <i>Product Review</i>	85
Gambar 3.14 Model Pengukuran <i>Attitude Towards Playstation VR</i>	85
Gambar 3.15 Model Pengukuran <i>Purchase Intention</i>	86
Gambar 3.16 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Digram</i>).....	87
Gambar 4.1 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Gambar 4.2 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia	89
Gambar 4.3 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	90

Gambar 4.4 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	91
Gambar 4.5 <i>Path Diagram Standarized Solution</i>	104
Gambar 4.6 <i>Path Diagram T-Values</i>	105
Gambar 4.7 <i>Path Diagram Estimate</i>	112
Gambar 4.8 <i>Path Diagram T-Values</i>	112
Gambar 4.9 Jenis – jenis <i>game</i> Playstation VR	121
Gambar 4.10 Event <i>Gamestart 2015 Singapore</i>	123
Gambar 4.11 Bundling Playstation VR.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1.11 <i>sales video games hardware</i>	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Perbandingan <i>exploratory research</i> dengan <i>conclusive research</i>	56
Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional	65
Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran GOF.....	82
Tabel 4.1 Skala Interval 5 Kategori	92
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	93
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i>	94
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived Price</i>	95
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Product Review</i>	96
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap <i>Attitude towards Playstation VR</i>	97
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i>	99
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pretest</i>	100
Tabel 4.9 Hasil Analisa Kecocokan Seluruh Model	103
Tabel 4.10 Uji Validitas Keseluruhan Data	105
Tabel 4.11 Kesimpulan dan Analisis Reliabilitas	110

Tabel 4.12 Hasil Analisis Model Struktural.....113

