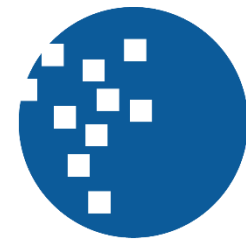


**PENGARUH *COOLNESS*, *JOY*, *GAME EXPERIENCE*, DAN  
*IMMERSION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DALAM  
*GAME MOBA “POKÉMON UNITE”* DI INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Arden Jeremy**

**00000055442**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**PENGARUH *COOLNESS*, *JOY*, *GAME EXPERIENCE*, DAN  
*IMMERSION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DALAM  
*GAME MOBA* “POKÉMON UNITE” DI INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Arden Jeremy**

**00000055442**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Arden Jeremy

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055442

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

"Pengaruh *Coolness*, *Joy*, *Game Experience*, dan *Immersion* Terhadap *Purchase Intention* Dalam Game MOBA "POKEMON UNITE" Di Indonesia"

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tangerang, 10 Juni 2025.

\*ma



(Arden Jeremy)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH COOLNESS, JOY, GAME EXPERIENCE, DAN  
IMMERSION TERHADAP PURCHASE INTENTION DALAM GAME  
MOBA “POKÉMON UNITE” DI INDONESIA**

Oleh

Nama : Arden Jeremy  
NIM : 00000055442  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Pembimbing

  
Elissa Dwij Lestari, S.Sos., M.S.M.  
0306088501

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningih, S.E., M.S.M., C.B.O  
0323047801

3

*Pengaruh Coolness, Joy, Game Experience, dan Immersion terhadap Purchase Intention dalam  
game MOBA “POKEMON UNITE” Di Indonesia, Arden Jeremy, Universitas Multimedia  
Nusantara*

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH COOLNESS, JOY, GAME EXPERIENCE, DAN IMMERSION  
TERHADAP PURCHASE INTENTION DALAM GAME MOBA "POKÉMON  
UNITE" DI INDONESIA

Oleh

Nama : Arden Jeremy  
NIM : 0000055442  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2024

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D  
0316026404

Penguji



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.  
0301087205

Pembimbing



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.  
0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.  
0323047801

4

Pengaruh *Coolness*, *Joy*, *Game Experience*, dan *Immersion* terhadap *Purchase Intention* dalam  
game MOBA "POKEMON UNITE" Di Indonesia, Arden Jeremy, Universitas Multimedia  
Nusantara

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arden Jeremy

NIM : 00000055442

Program Studi : Manajemen

Jenjang : D3/S1/S2\* (pilih salah satu)

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Coolness, Joy, Game Experience*,  
dan *Immersion* Terhadap *Purchase Intention* Dalam Game MOBA  
“POKÉMON UNITE” Di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Juni 2025



(Arden Jeremy )

\* Pilih salah satu

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat- Nya sehingga peneliti dapat melaksanakan kegiatan penelitian dan menyelesaikan penulisan laporan akhir skripsi dengan judul “Pengaruh *Coolness, Joy, Game Experience*, dan *Immersion* Terhadap *Purchase Intention* Dalam Game MOBA “POKÉMON UNITE” Di Indonesia” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M. C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Sahabat saya yaitu Jeremy Budianto yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi penulis serta memberikan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada teman-teman saya saat berada di Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu Felix B., Nathanael, Vinandra J., Anselmus N., dll. yang telah memberikan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini

8. Teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dorongan, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Dengan kerendahan hati, saya mengucapkan banyak terima kasih pada semua yang telah memberikan dukungan kepada saya, dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu saya mohon maaf. Tiada kata yang lebih indah selain ucapan terima kasih yang tulus. Akhir kata, saya masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saya memohon untuk saran dan kritikan untuk membangun agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi, saya berharap dikemudian hari skripsi dapat bermanfaat bagi pihak lain.

Tangerang, 12 Juni 2025



Arden Jeremy



# **“PENGARUH COOLNESS, JOY, GAME EXPERIENCE, DAN IMMERSION TERHADAP PURCHASE INTENTION DALAM GAME MOBA “POKÉMON UNITE” DI INDONESIA”**

Arden Jeremy

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Purchase Intention dalam game MOBA “Pokémon Unite” di Indonesia. Model penelitian ini menguji hubungan antara *Joy*, *Coolness*, *Game Experience*, dan *Immersion* terhadap *Purchase Intention*. Secara spesifik, penelitian ini menguji tujuh hipotesis: (1) *Joy* berpengaruh positif terhadap *Game Experience*; (2) *Joy* berpengaruh positif terhadap *Immersion*; (3) *Coolness* berpengaruh positif terhadap *Game Experience*; (4) *Coolness* berpengaruh positif terhadap *Immersion*; (5) *Game Experience* berpengaruh positif terhadap *Immersion*; (6) *Game Experience* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*; dan (7) *Immersion* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pemain “Pokémon Unite” di Indonesia. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk serta menguji hubungan antar variabel. Temuan ini penting bagi pengembang game untuk memahami preferensi dan motivasi pemain, sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan engagement pemain.

**Kata kunci:** *Coolness*, *Joy*, *Game Experience*, *Immersion*, *Purchase Intention*, *Pokémon Unite*, *MOBA*.

# **"THE EFFECT OF COOLNESS, JOY, GAME EXPERIENCE, AND IMMERSION ON PLAYERS' PURCHASE INTENTION IN "POKÉMON UNITE" MOBA GAME IN INDONESIA"**

Arden Jeremy

## ***ABSTRACT (English)***

*This study aims to analyze the factors influencing Purchase Intention in the MOBA game "Pokémon Unite" in Indonesia. This research model examines the relationship between Joy, Coolness, Game Experience, and Immersion on Purchase Intention. Specifically, this study tests seven hypotheses: (1) Joy positively influences Game Experience; (2) Joy positively influences Immersion; (3) Coolness positively influences Game Experience; (4) Coolness positively influences Immersion; (5) Game Experience positively influences Immersion; (6) Game Experience positively influences Purchase Intention; and (7) Immersion positively influences Purchase Intention. This study employs a quantitative approach by distributing questionnaires to "Pokémon Unite" players in Indonesia. The collected data will be analyzed using the PLS-SEM method to test the validity and reliability of constructs as well as the relationships between variables. These findings are crucial for game developers to understand player preferences and motivations, enabling them to develop more effective marketing strategies and enhance player engagement.*

**Keywords:** *Coolness, Joy, Game Experience, Immersion, Purchase Intention, Pokémon Unite, MOBA.*

## DAFTAR ISI

|                                                             |      |
|-------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                     | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....             | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                         | vi   |
| ABSTRAK.....                                                | viii |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....                             | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                             | x    |
| DAFTAR TABEL.....                                           | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                          | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                        | xvi  |
| BAB I                                                       |      |
| PENDAHULUAN.....                                            | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....          | 20   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                  | 21   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                 | 22   |
| 1.5 Batasan Penelitian.....                                 | 22   |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                              | 23   |
| BAB II                                                      |      |
| LANDASAN TEORI.....                                         | 25   |
| 2.1 Tinjauan Teori.....                                     | 25   |
| 2.1.1 Self Determination Theory (SDT).....                  | 25   |
| 2.1.2 Purchase Intention dalam game.....                    | 26   |
| 2.1.3 Coolness.....                                         | 27   |
| 2.1.4 Joy.....                                              | 28   |
| 2.1.5 Experience.....                                       | 29   |
| 2.1.6 Immersion.....                                        | 31   |
| 2.2 Model Penelitian.....                                   | 32   |
| 2.3 Hipotesis.....                                          | 34   |
| 2.3.1 Hubungan antara Joy dengan Game Experience.....       | 34   |
| 2.3.2 Hubungan antara Joy dengan Immersion.....             | 35   |
| 2.3.3 Hubungan antara Coolness dengan Game Experience.....  | 36   |
| 2.3.4 Hubungan antara Coolness dengan Immersion.....        | 37   |
| 2.3.5 Hubungan antara Game Experience dengan Immersion..... | 39   |

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.6 Hubungan antara Game Experience dengan Purchase Intention..                  | 40        |
| 2.3.7 Hubungan antara Immersion dengan Purchase Intention.....                     | 42        |
| 2.3.8 Peran mediasi dari Game Experience.....                                      | 43        |
| 2.3.9 Peran mediasi dari Immersion.....                                            | 44        |
| 2.3.9 Efek mediasi yang saling terhubung antara Game Experience dan Immersion..... | 45        |
| 2.4 Penelitian Terdahulu.....                                                      | 45        |
| <b>BAB III</b>                                                                     |           |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                                  | <b>53</b> |
| 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                            | 53        |
| 3.2 Desain Penelitian.....                                                         | 57        |
| 3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....                                                  | 64        |
| 3.3.1 Target Populasi.....                                                         | 64        |
| 3.3.2 Populasi.....                                                                | 65        |
| 3.3.3 Sampling Frame.....                                                          | 67        |
| 3.3.4 Sampling Technique.....                                                      | 67        |
| 3.3.5 Sampel Size.....                                                             | 70        |
| 3.4 Prosedur Penelitian.....                                                       | 70        |
| 3.5 Identifikasi Variabel Penelitian.....                                          | 72        |
| 3.5.1 Variabel Eksogen.....                                                        | 72        |
| 3.5.2 Variabel Endogen.....                                                        | 72        |
| 3.5.3 Variabel Teramati.....                                                       | 73        |
| 3.6 Operasional Variabel.....                                                      | 73        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                                      | 76        |
| 3.7.1 Uji Pre-test.....                                                            | 76        |
| 3.7.2 Uji Validitas.....                                                           | 77        |
| 3.7.3 Uji Reliabilitas.....                                                        | 78        |
| 3.7.4 Analisis Data Penelitian dengan Structural Equation Modeling (SEM).....      | 79        |
| 3.7.5 Partial Least Square (PLS).....                                              | 81        |
| 3.7.6 Uji Outer Model.....                                                         | 81        |
| 3.7.7 Uji Inner Model.....                                                         | 83        |
| 3.7.5 R-Squared .....                                                              | 85        |
| 3.7.6. F-Square .....                                                              | 85        |
| 3.8 Uji Hipotesis .....                                                            | 85        |
| <b>BAB IV</b>                                                                      |           |
| <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                | <b>86</b> |

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1 Karakteristik Responden.....                                                                | 86  |
| 4.2 Analisis Deskriptif.....                                                                    | 93  |
| 4.2.1 Coolness.....                                                                             | 94  |
| 4.2.2 Joy.....                                                                                  | 97  |
| 4.2.3 Experience.....                                                                           | 98  |
| 4.2.4 Immersion.....                                                                            | 101 |
| 4.2.5 Purchase Intention.....                                                                   | 103 |
| 4.3 Uji Instrumen Pre-Test.....                                                                 | 105 |
| 4.3.1 Uji Validitas Pre-Test.....                                                               | 105 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-Test.....                                                            | 107 |
| 4.4 Uji Instrumen Main-Test.....                                                                | 108 |
| 4.4.1 Uji Outer Model.....                                                                      | 108 |
| 4.4.2 Uji Inner Model.....                                                                      | 113 |
| 4.5 Uji Hipotesis.....                                                                          | 116 |
| 4.5.1 Hipotesis 1.....                                                                          | 116 |
| 4.5.2 Hipotesis 2.....                                                                          | 117 |
| 4.5.3 Hipotesis 3.....                                                                          | 117 |
| 4.5.4 Hipotesis 4.....                                                                          | 118 |
| 4.5.5 Hipotesis 5.....                                                                          | 118 |
| 4.5.6 Hipotesis 6.....                                                                          | 119 |
| 4.5.7 Hipotesis 7.....                                                                          | 119 |
| 4.5.8 Hipotesis 8.....                                                                          | 119 |
| 4.5.9 Hipotesis 9.....                                                                          | 120 |
| 4.5.10 Hipotesis 10.....                                                                        | 120 |
| 4.5.11 Hipotesis 11.....                                                                        | 121 |
| 4.5.12 Hipotesis 12.....                                                                        | 121 |
| 4.5.13 Hipotesis 13.....                                                                        | 121 |
| 4.6 Pembahasan.....                                                                             | 122 |
| 4.6.1 Joy tidak memiliki dampak positif terhadap Experience.....                                | 122 |
| 4.6.2 Joy tidak memiliki dampak positif terhadap Immersion.....                                 | 123 |
| 4.6.3 Coolness memiliki pengaruh positif terhadap Experience.....                               | 123 |
| 4.6.4 Coolness memiliki pengaruh positif terhadap Immersion.....                                | 124 |
| 4.6.5 Experience memiliki pengaruh positif terhadap Immersion....                               | 124 |
| 4.6.6 Experience tidak memiliki pengaruh positif terhadap Purchase<br>Intention dalam game..... | 124 |
| 4.6.7 Immersion memiliki pengaruh positif terhadap Purchase<br>Intention dalam game.....        | 125 |
| 4.6.8 Game Experience tidak memediasi hubungan antara                                           |     |

|                                                                                                                                        |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| faktor-faktor coolness dengan in-game Purchase Intention.....                                                                          | 125        |
| 4.6.9 Game Experience tidak memediasi hubungan antara faktor-faktor Joy dengan in-game Purchase Intention.....                         | 125        |
| 4.6.10 Immersion tidak memediasi hubungan antara faktor-faktor Coolness dengan in-game Purchase Intention.....                         | 126        |
| 4.6.11 Immersion tidak memediasi hubungan antara faktor-faktor Joy dengan in-game Purchase Intention.....                              | 126        |
| 4.6.12 Game Experience dan Immersion secara bersama-sama tidak memediasi hubungan antara Joy dengan Purchase Intention dalam game..... | 126        |
| 4.6.13 Game Experience dan Immersion secara bersama-sama memediasi hubungan antara Coolness dengan Purchase Intention dalam game.....  | 127        |
| 4.7 Implikasi Manajerial.....                                                                                                          | 127        |
| 4.7.1 Upaya Peningkatan Coolness terhadap Experience.....                                                                              | 127        |
| 4.7.2 Upaya Peningkatan Coolness terhadap Immersion.....                                                                               | 128        |
| 4.7.3 Upaya Peningkatan Experience terhadap Immersion.....                                                                             | 129        |
| 4.7.4 Upaya Peningkatan Immersion terhadap Purchase Intention.....                                                                     | 130        |
| <b>BAB V</b>                                                                                                                           |            |
| <b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                                                         | <b>132</b> |
| 5.1 Simpulan.....                                                                                                                      | 132        |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                         | 135        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                             | <b>137</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                   | <b>148</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu                   | 43  |
| Tabel 3. 1 Operasional Tabel Penelitian                 | 70  |
| Tabel 3. 2 Standar Uji Validitas                        | 73  |
| Tabel 3. 3 Nilai Validasi SEM                           | 79  |
| Tabel 3. 4 Kriteria Pengambilan Keputusan hasil SEM PLS | 81  |
| Tabel 3. 5 Kriteria R-Squared                           | 82  |
| Tabel 3. 6 Kriteria F-Squared                           | 82  |
| Tabel 4. 1 Skala Interval                               | 90  |
| Tabel 4. 2 Tabel Tanggapan Variabel Coolness            | 91  |
| Tabel 4. 3 Tabel Tanggapan Variabel Joy                 | 94  |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Variabel Experience                | 96  |
| Tabel 4. 5 Tabel Tanggapan Variabel Immersion           | 98  |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Variabel Purchase Intention        | 101 |
| Tabel 4. 7 Hasil Running Data Uji Validitas Pre-Test    | 103 |
| Tabel 4. 8 Hasil Running Data Uji Realibilitas Pre-Test | 105 |
| Tabel 4. 9 Hasil Running Data Uji Outer Model           | 107 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Cross Loading                     | 109 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion         | 110 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji HTMT                              | 111 |
| Tabel 4. 13 Nilai R Square                              | 112 |
| Tabel 4. 14 Pengukuran Nilai R Square                   | 113 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis                         | 118 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |        |
|------------------------------------------------------------|--------|
| Gambar 1. 1 Jumlah Mobile Game di Indonesia                | 1      |
| Gambar 1. 2 Revenue Game Mobile di negara Asia Tenggara    | 2      |
| Gambar 1. 3 Genre game yang digemari Gen Z Indonesia       | 3      |
| Gambar 1. 4 Jumlah unduhan game Mobile Berdasarkan Negara  | 6      |
| Gambar 1. 5 Jumlah unduhan game MOBA di Indonesia          | 7      |
| Gambar 1. 6 Jumlah unduhan game MOBA di Indonesia          | 8      |
| <br>Gambar 2. 1 Model Penelitian                           | <br>33 |
| <br>Gambar 3. 1 Logo Pokemon Unite                         | <br>49 |
| Gambar 3. 2 Tampilan antarmuka Pokemon Unite               | 50     |
| Gambar 3. 3 Tampilan gameplay Pokemon Unite                | 51     |
| Gambar 3. 4 Skill Unite Move Pokemon Unite                 | 51     |
| Gambar 3. 5 Event game Pokemon Unite                       | 52     |
| Gambar 3. 6 Research Design                                | 54     |
| Gambar 3. 7 Sampling Design                                | 61     |
| Gambar 3. 8 Sampling Techniques                            | 64     |
| Gambar 3. 9 Tahap SEM-PLS                                  | 77     |
| <br>Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia          | <br>85 |
| Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan        | 86     |
| Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Genre Game        | 87     |
| Gambar 4. 4 Frekuensi Waktu Bermain dalam sehari           | 88     |
| Gambar 4. 5 Frekuensi bermain Pokemon Unite dalam seminggu | 89     |
| Gambar 4. 6 Rata-Rata Skala Interval                       | 90     |
| Gambar 4. 7 Hasil Uji Outer Model                          | 107    |
| Gambar 4. 8 Hasil Uji Outer Model                          | 112    |

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Hasil Turnitin

141

