



Sumber: (Activision Blizzard, 2023)

SKRIPSI :

PENGARUH TERPAAN ADVERGAME DI DALAM GAME ONLINE CALL OF DUTY MOBILE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei Anggota Grup Facebook [Official] Garena Call of Duty Mobile Indonesia)

Nama : Irsyad Harisandy

NIM : 1710411171



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Irsyad Harisandy

NIM : 1710411171

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 20 Juni 2023

Yang Menyatakan



Irsyad Harisandy

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irsyad Harisandy
Nim : 1710411171
Fakultas : Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi Pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH TERPAAN ADVERGAME DI DALAM GAME ONLINE CALL OF DUTY MOBILE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Anggota Grup Facebook [Official] Garena Call of Duty Mobile Indonesia)

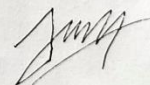
Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan. Mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memulihkan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal 20 Juni 2023

Yang menyatakan,



Irsyad Harisandy

PENGESAHAN SKRIPSI

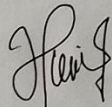
NAMA : Irsyad Harisandy
NIM : 1710411171
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH TERPAAN ADVERGAME DI DALAM
GAME ONLINE CALL OF DUTY MOBILE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Anggota Grup Facebook
[Official] Garena Call of Duty Mobile Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

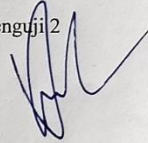
(Dr. Fitria Ayu Inestya S.Sos. M.Si)

Penguji 1



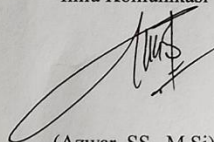
(Lusia Handayani, M.Si.)

Penguji 2



(Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 4 Juli 2023

PENGARUH TERPAAN ADVERGAME DIDALAM GAME ONLINE CALL OF DUTY MOBILE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Anggota Grup Facebook [Official] Garena Call of Duty Mobile Indonesia)

IRSYAD HARISANDY

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, teknologi terus berkembang pesat hingga sekarang, begitu juga pada industri game. Game merupakan media hiburan yang tersedia untuk semua orang dan kalangan, serta dapat digunakan untuk menghibur ataupun menghilangkan rasa jenuh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pengaruh terpaan *advergame* di dalam *game online call of duty mobile* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan *advergame* didalam *game online call of duty mobile* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang berjenis deskriptif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner kepada 100 orang responden untuk memperoleh data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Terpaan *Advergame* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 21,5% dan sisanya 78,5% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti event yang diadakan secara *offline*, adanya penyelenggaraan turnamen *e-sport* serta iklan-iklan yang muncul pada berbagai macam *platform*, mulai dari *youtube*, *facebook*, *instagram*, maupun *tiktok*. Dapat Disimpulkan bahwa Terpaan *Advergame* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: *Advergame*, Terpaan Iklan, Game Online, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF ADVERGAME EXPOSURE IN THE ONLINE GAME
CALL OF DUTY MOBILE ON PURCHASE DECISIONS (Survey of [Official]
Garena Call of Duty Mobile Indonesian Facebook Group Members)***

IRSYAD HARISANDY

ABSTRACT

In this era of globalization, technology continues to develop rapidly until now, so does the game industry. Game is a medium of entertainment that is available to everyone and everyone, and can be used to entertain or eliminate boredom. This research is motivated by the influence of advergaming exposure in the online game Call of Duty Mobile on purchasing decisions. This study intends to determine how much influence advergaming exposure has in the online game Call of Duty Mobile on purchasing decisions. This research uses a descriptive quantitative research approach. Researchers used data collection techniques in the form of questionnaires to 100 respondents to obtain data. The results of the study show that there is an effect of Advergaming Exposure (X) on Purchase Decision (Y) of 21.5% and the remaining 78.5% is determined by other factors not examined, such as events that are held offline, the existence of e-sport tournaments and advertisements that appear on various platforms, ranging from YouTube, Facebook, Instagram, and Tiktok. It can be concluded that Advergaming Exposure (X) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y).

Keywords : Advergaming, Advertising Exposure, Online Game, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat serta karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan *Advergaming* di Dalam *Game Online Call Of Duty Mobile* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Anggota Grup Facebook [*Official*] *Garena Call of Duty Mobile* Indonesia)” sebagai pernyataan penyelesaian program studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dukungan, motivasi, dan keterlibatan berbagai pihak sangat penting dalam penyelesaian penelitian ini, dan peneliti sangat terima kasih yang sebesar-besarnya untuk:

1. Bapak Dr. S. Belto Istiyanto, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPNVJ yang telah membina dan menyetujui segala perizinan selama perkuliahan.
2. Ibu Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang selalu membimbing peneliti dan selalu memberikan motivasi untuk peneliti.
3. Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dari awal perkuliahan hingga saat ini.
4. Ayah (Wardjono), Ibu (Siti Sunarti), Kakak (Irvan Harisandy dan Irma Kresnawati) yang peneliti cintai. Peneliti sangat berterimakasih berkat doa dan dukungan yang telah begitu memotivasi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini hingga saat ini.
5. Teman dan sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, Nada, Datuk, Farchan, Rifqi, Ariq, Fikri, Adnan, Devi, Lela, Dara, Karel.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan penelitian ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jakarta, 4 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Irsyad Harisandy', written in a cursive style.

Irsyad Harisandy

Daftar Isi

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Konsep-Konsep Penelitian	13
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2. Promosi	13
2.1.3. Iklan (<i>Advertising</i>)	14
2.1.4. Terpaan Iklan	14
2.1.5. <i>Game Online</i>	15
2.1.6. <i>Call Of Duty Mobile</i>	17
2.1.7. <i>Advergame</i>	18
2.1.8. Keputusan Pembelian	19
2.2. Teori Penelitian	20
2.2.1. Teori <i>Advertising Exposure</i>	20
2.3. Kerangka Berpikir	21
2.4. Hipotesis	21
BAB III	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Metodologi Penelitian	22
3.1.1. Pendekatan Penelitian	22
3.1.2. Jenis Penelitian	22
3.1.3. Metode Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel	23
3.2.1. Populasi	23
3.2.2. Sampel	24

3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1.	Data Primer	26
3.3.2.	Data Sekunder	26
3.3.3.	Operasional Variabel	27
3.4.	Teknik Analisis Data	29
3.4.1.	Uji Validitas	30
3.4.2.	Uji Reliabilitas	33
3.4.3.	Uji Korelasi	35
3.4.4.	Uji Regresi.....	35
3.4.5.	Koefisien Determinasi	36
3.4.6.	Uji Hipotesis	37
3.5.	Waktu dan Tempat Penelitian	37
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum Perusahaan Activision	39
4.1.1	<i>Call Of Duty Mobile</i>	39
4.2	Hasil Penelitian	41
4.2.1	Identitas Responden	41
4.2.2	Analisis Variabel X: Terpaan <i>Advergaming</i> (Iklan <i>Game</i>)	43
4.2.3	Analisis Variabel Y: Keputusan Pembelian	50
4.2.3	Uji Korelasi	61
4.2.4	Uji Regresi.....	62
4.2.5	Koefisien Determinasi	64
4.2.6	Uji Hipotesis	65
4.3	Pembahasan	66
BAB V		71
KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran.....	71
5.2.1	Saran Praktis	71
5.2.2	Saran Teoritis	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	26
Tabel 3. 2	28
Tabel 3. 3	29
Tabel 3. 4	31
Tabel 3. 5	32
Tabel 3. 6	33
Tabel 3. 7	34
Tabel 3. 8	35
Tabel 3. 9	38
Tabel 4. 1 : Hasil Pernyataan 1	43
Tabel 4. 2 : Hasil Pernyataan 2	44
Tabel 4. 3 : Hasil Pernyataan 3	45
Tabel 4. 4 : Hasil Pernyataan 4	45
Tabel 4. 5 : Hasil Pernyataan 5	46
Tabel 4. 6 : Hasil Pernyataan 6	46
Tabel 4. 7 : Hasil Pernyataan 7	47
Tabel 4. 8 : Hasil Pernyataan 8	48
Tabel 4. 9 : Hasil Pernyataan 9	48
Tabel 4. 10 : Hasil Pernyataan 10	50
Tabel 4. 11 : Hasil Pernyataan 11	51
Tabel 4. 12 : Hasil Pernyataan 12	51
Tabel 4. 13 : Hasil Pernyataan 13	52
Tabel 4. 14 : Hasil Pernyataan 14	53
Tabel 4. 15 : Hasil Pernyataan 15	53
Tabel 4. 16 : Hasil Pernyataan 16	54
Tabel 4. 17 : Hasil Pernyataan 17	55
Tabel 4. 18 : Hasil Pernyataan 18	55
Tabel 4. 19 : Hasil Pernyataan 19	56
Tabel 4. 20 : Hasil Pernyataan 20	57
Tabel 4. 21 : Hasil Pernyataan 21	57
Tabel 4. 22 : Hasil Pernyataan 22	58
Tabel 4. 23 : Hasil Pernyataan 23	59
Tabel 4. 24 : Hasil Pernyataan 24	59
Tabel 4. 25 : Nilai Koefisiensi Korelasi	61
Tabel 4. 26 : Hasil Uji Korelasi.....	62
Tabel 4. 27 : Analisis Hasil Uji Regresi.....	63
Tabel 4. 28 : Nilai Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik We PC Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Data Statistik We are Social Hootsuite Tahun 2023	3
Gambar 1. 3 Contoh <i>In-Games Advertisement</i>	6
Gambar 1. 4 Contoh <i>Pure-Advertising Games (Advergames)</i>	6
Gambar 1. 5 Contoh Lain <i>Pure-Advertising Games (Advergames)</i>	7
Gambar 4. 1 : Nilai Tertinggi Hingga Terendah Variabel X	49
Gambar 4. 2 : Nilai Tertinggi Hingga Terendah Variabel Y	60