

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif
di Steam Pada Generasi Z**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Michael Richardo Johan

210325962

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif di Steam Pada
Generasi Z**

Disusun oleh:

Michael Richardo Johan

NPM: 210325962



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dita', is written over a curved line that serves as a separator.

Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc. Ph.D.

15 Mei 2025

SKRIPSI

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif di Steam Pada Generasi Z

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Michael Richardo Johan
NPM: 210325962**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 17 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Wenefrida Mahestu Noviandra K, S.E., M.Sc.IB, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., MBA.

**Yogyakarta, 24 Juni 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Wenefrida Mahestu Noviandra K, S.E., M.Sc.IB, Ph.D.

Lembar Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif di Steam Pada Generasi Z

Merupakan benar hasil karya saya sendiri. Segala bentuk tulisan, pernyataan, dan kutipan yang bersumber dari tulisan maupun bacaan yang bersumber dari hasil orang lain telah dicantumkan ke dalam skripsi ini dengan mencantumkan sumber referensinya sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku. Jika di kemudian hari terdapat adanya plagiarisme pada penelitian skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku, dan gelar serta ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta , 27 Juni 2025



Michael Richardo Johan

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif di Steam Pada Generasi Z” ini dilakukan sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan dalam proses penyelesaian penelitian ini, di antaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan petunjuk, harapan, motivasi, dan berkatnya dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Papa , Mama dan Adik saya Michelle yang sudah mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat baik secara moral dan materi selama pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc. Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik

4. Seluruh dosen dan staf FBE UAJY yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta mendukung dalam urusan administrasi dan akademik sepanjang kurang lebih 4 tahun masa perkuliahan di FBE UAJY.
5. Teman – teman grup “Kosong” Gabriel, Kheren, Dido, Riyandi, Yudha, Alvin, Mikael, Jonah, Irvan dan teman- teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi ini
6. Teman- teman skripsi bu Dita yaitu Kheren, Dido, Riyandi, Alvin, Michelle, Feby dan teman- teman lain yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang telah menjadi teman diskusi, sumber informasi, dan membantu dalam penyusunan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat di selesaikan
7. Kepada seluruh responden yang Sudah meluangkan waktu dalam melakukan pengisian sebanyak 26 pertanyaan
8. Terakhir, saya juga mengucapkan terima kasih kepada diri saya yang sudah berjuang dengan keras dan gigih dalam menyelesaikan penelitian ini

Peneliti



Michael Richardo Johan

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif di Steam pada generasi Z

Disusun oleh : Michael Richardo Johan

Pembimbing : Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kecanduan *game* terhadap loyalitas *gamer* dan pembelian impulsif di kalangan pengguna Steam, khususnya generasi Z. Penelitian ini juga mengeksplorasi peran loyalitas *gamer* sebagai mediator antara kecanduan *game* dan pembelian impulsif, serta dampak diskon terhadap perilaku tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan kuesioner online kepada 260 responden pengguna Steam berusia 13-28 tahun yang telah bermain lebih dari 3 bulan. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SMARTPLS 4 untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecanduan *game* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas *gamer*, yang kemudian mendorong pembelian impulsif. Loyalitas *gamer* memediasi hubungan tersebut, dan diskon juga berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Temuan ini mendukung seluruh hipotesis yang diajukan.

Kata kunci: kecanduan *game*, loyalitas *gamer*, pembelian impulsif, diskon, generasi Z, Steam, Generasi Z

Daftar isi

Kata Pengantar.....	v
ABSTRAK.....	vii
Daftar isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran	xiii
BAB I.....	0
1.1 Latar Belakang	0
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4,1 Manfaat Teoritis	4
1.4,2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
1.5.1 Bab 1 Pendahuluan.....	6
1.5.2 Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	6
1.5.3 Bab 3 Metode Penelitian	6
1.5.4 Bab 4 Hasil dan Pembahasan	7
1.5.5 Bab 5 Penutup	7
BAB II	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku pembelian Impulsif	8
2.1.2 Diskon	9
2.1.3 Kecanduan <i>Game</i> (<i>Game</i> Addiction)	10
2.1.4 Loyalitas <i>Gamer</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 <i>Gaming addiction</i> dan Loyalitas <i>Gamer</i>	17
2.3.2 Kecanduan <i>game</i> dan Pembelian impulsif	18

2.3.3. Loyalitas <i>Gamer</i> dan Pembelian Impulsif.....	19
2.3.4 Diskon dan Pembelian Impulsif	20
2.3.5 Loyalitas <i>gamer</i> memediasi kecanduan <i>game</i> terhadap pembelian impulsif.....	21
2.4 Kerangka Penelitian	22
BAB III	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6 Pengukuran data.....	30
3.7 Statistika Deskriptif	30
3.8 Metode Pengujian Instrumen	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.8.3 Uji Hipotesis.....	32
3.8.4 Uji Mediasi.....	33
3.9 Hasil Uji Kuisioner	35
3.9.1 Face Validity	35
3.9.2 Pilot Test	41
3.9.2.1 Hasil Uji Validitas.....	41
3.9.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
3.10 <i>Structur Equation Model</i> (SEM).....	44
3.11 Alat Analisis.....	45
3.11.1 SMARTPLS	45
BAB IV	48
4.1 Prosedur <i>Collecting Data</i>	48
4.2 Hasil Statistik Deskriptif Profil Responden	48
4.2.1 Analisis Responden Berdasarkan Filtering	48
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Demografis	50
4.3 Analisis Deskriptif	53

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kecanduan <i>Game</i>	53
4.3.2 Analisis Variabel Loyalitas <i>Gamer</i>	55
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Diskon	56
4.4 Hasil Pengujian Data Menggunakan Structural Equation Model PLS	59
4.4.1 Model Struktural	59
4.4.2 Hasil Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	60
4.4.3 Model Struktural (<i>inner model</i>)	67
4.4.4 Pengujian Hipotesis	70
4.5 Pembahasan Hipotesis	72
4.5.1 Pengaruh Variabel Kecanduan <i>Game</i> terhadap Variabel Loyalitas <i>Gamer</i>	72
4.5.2 Pengaruh Variabel Kecanduan <i>Game</i> terhadap Variabel Pembelian Impulsif	73
4.5.3 Pengaruh Variabel Loyalitas <i>Gamer</i> terhadap Variabel Pembelian Impulsif	73
4.5.4 Variabel Diskon dapat Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif	74
4.5.5 Pengaruh Variabel Loyalitas <i>Gamer</i> sebagai variabel mediasi antara Kecanduan <i>game</i> terhadap Pembelian Impulsif	74
BAB V	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Implikasi Manajerial	78
5.3 Keterbatasan Penelitian	80
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	82
Daftar Pustaka	83
LAMPIRAN	87

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3. 2 Perhitungan Nilai Interval Kelas	31
Tabel 3. 3 Kuesioner Face Validity	36
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas n=30.....	41
Tabel 3. 5 Tabel AVE.....	42
Tabel 3. 6 Hasil uji reliabilitas n=30	44
Tabel 4, 1 Responden yang merupakan pengguna Steam	48
Tabel 4, 2 Responden yang bermain <i>game</i> di Steam selama 3 bulan.....	49
Tabel 4, 3 Responden yang pernah membeli atau mendownload <i>game</i> di Steam...	49
Tabel 4, 4 Profil Responden berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel 4, 5 Profil responden berdasarkan usia.....	51
Tabel 4, 6 Profil responden berdasarkan status pekerjaan.....	51
Tabel 4, 7 Jumlah <i>game</i> yang di download atau dibeli di Steam dalam setahun ..	52
Tabel 4, 8 Sumber dana yang digunakan untuk melakukan transaksi di Steam....	53
Tabel 4, 9 Hasil Analisis Deskriptif Hiburan	53
Tabel 4, 10 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas <i>Gamer</i>	55
Tabel 4, 11 Hasil Analisis Deskriptif Diskon.....	56
Tabel 4, 12 Hasil Analisis Deskriptif Pembelian Impulsif	57
Tabel 4, 13 Tabel Loading factor	61
Tabel 4, 14 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	63
Tabel 4, 15 Cross Loading.....	64
Tabel 4, 16 Uji reliabilitas	66
Tabel 4, 17 Nilai R-square dan Q-square	68
Tabel 4, 18 F-Square	69
Tabel 4, 19 Uji Hipotesis.....	70
Tabel 4, 20 Uji Hipotesis Mediasi	72

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Data Jumlah pengguna online Steam pada tahun 2023-2024.....	1
Gambar 1. 2 Game terlaris di Steam.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	22
Gambar 3. 1 Jalur Mediasi.....	34
Gambar 4, 1 Model Struktur Awal	60
Gambar 4, 2 Hasil Model Pengukuran	60
Gambar 4, 3 Model Struktural.....	68

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner.....	99
Lampiran 3 Hasil Turnitin	117
Lampiran 4 Jurnal Acuan	Error! Bookmark not defined.