BAB I
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Industri game berkembang pesat sejak 1950-an, bermula dari simulasi sederhana seperti Tennis for Two di MIT. Pada 1980-an, komputer rumahan seperti Commodore VIC-20 memperluas akses masyarakat pada game. Awal 2000-an, internet mempopulerkan game online multiplayer seperti RuneScape dan World of Warcraft, yang membawa interaksi sosial dalam bermain. Tahun 2007, iPhone memulai era game mobile dengan kesuksesan game sederhana seperti Angry Birds, menunjukkan potensi besar dalam game mobile bagi pengguna smartphone. Sumber: (Maingames, 2023)

Perjalanan perkembangan industri game ini mencerminkan bagaimana kemajuan teknologi secara signifikan memengaruhi cara bermain game. Dari game sederhana di komputer hingga game kompleks di berbagai platform seperti PC, konsol, dan mobile, game kini menjadi bagian integral budaya global. Teknologi tidak hanya mengubah cara bermain, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih terhubung, kompetitif, dan sosial. Game kini bukan sekadar hiburan, melainkan bagian penting dari kehidupan modern yang terus berkembang.

Menurut sumber dari (KumparaTECH, 2024) Industri game di Indonesia berkembang pesat dalam selama 10 tahun terakhir, dan teknologi merupakan salah satu faktor perkembangan industri game di indonesia. menjadikannya salah satu pasar terbesar di Asia Tenggara. Menurut laporan PwC, nilai pasar game Indonesia pada 2023 mencapai 23,6 triliun rupiah, dengan 70-80% berasal dari segmen game mobile. Angka ini naik signifikan dari 5,5 triliun rupiah pada 2022, mencerminkan minat tinggi terhadap game mobile yang didorong oleh kemajuan teknologi, akses internet yang luas, dan perangkat mobile yang semakin canggih. Jadi Faktor utama yang mendorong perkembangan ini adalah meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile.

Data dari (Reuters, 2025) pada tahun 2024, penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% dari total populasi sekitar 280 juta jiwa. Ini berarti sekitar 223 juta orang di Indonesia telah terhubung ke internet.. Hal ini membuka peluang besar

untuk game online, baik sebagai hiburan maupun kompetisi e-sports, yang kini menjadi bagian dari bisnis dan budaya populer di berbagai kalangan masyarakat. Menurut (yosepha Pusparisa, 2020) melaporkan bahwa pada 2025, pengguna smartphone di Indonesia mencapai 82,9% dari total populasi ini juga menunjukan Kemudahan akses perangkat mobile seperti smartphone yang membuat game online semakin digemari, termasuk oleh anak-anak. Fleksibilitas perangkat mobile yang bisa digunakan kapan saja serta kualitas grafis dan fitur yang terus meningkat menjadikan game mobile sebagai hiburan utama di Indonesia.

Menurut Data dari (Pelayananpublik, 2020) game online adalah permainan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Arti game online dalam bahasa Indonesia adalah permainan daring. Menurut Andrew Rollings dan Ernest Adams dalam (Amirulloh & Muchtar, 2023) terdapat dua unsur dalam game online yaitu server dan client. Server merupakan pihak yang melakukan administrasi permainan sedangkan client merupakan pihak pengguna jasa permainan tersebut. Hal ini mendukung bahwa game online menjadi salah satu bagian dari aktivitas sosial dikarenakan para client yang menggunakan permainan dapat melakukan interaksi secara virtual dan tidak jarang pihak yang terkait membentuk suatu komunitas di dunia maya.

Menurut (Cindy Mutia Annur, 2023) Salah satu contoh sukses game online yang populer di Indonesia adalah Mobile Legends: Bang Bang, game MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) yang dimainkan oleh jutaan pemain di seluruh Indonesia. Kesuksesannya didukung oleh tampilan grafis menarik, variasi karakter yang beragam, dan strategi harga dinamis yang diterapkan secara efektif di berbagai platform digital. Strategi penetapan harga Mobile Legends mencakup penawaran item virtual, seperti skin, hero baru, dan fitur premium, yang disesuaikan dengan preferensi dan kemampuan pemain. Strategi ini diperkaya dengan taktik seperti diskon terbatas, bundle, dan event spesial, yang menambahkan kesan nilai lebih dan mendorong pembelian. Salah satu faktor yang turut meningkatkan minat pemain adalah popularitas hero tertentu menurut data dari (dbklik, 2024) Hero yang sering

digunakan oleh pemain profesional atau pro player dalam turnamen dan streaming cenderung menjadi populer di kalangan pemain umum. Penggunaan hero oleh pro player memengaruhi meta permainan, yaitu strategi dan taktik yang dianggap paling efektif pada periode tertentu Hero populer seringkali dipromosikan dengan skin eksklusif atau peningkatan kemampuan, yang tidak hanya menarik bagi penggemar hero tersebut tetapi juga menciptakan daya tarik kompetitif dalam permainan.

Gambar 1.1

Data Game Yang Paling Banyak Disukai Di Indonesia

Sumber : Databoks 2023

Berdasarkan hasil survei digital dari telkomsel, survey.id, dalam (Cindy Mutia Annur, 2023) mobile legends: bang-bang merupakan mobile game yang paling banyak disukai di indonesia. mayoritas atau 67% responden memainkan game ini. survei itu juga menemukan bahwa multiplayer online battle arena (moba) merupakan genre mobile game yang paling disukai di indonesia dengan persentase 65%. sebesar 56% pemain game online di Indonesia berusia 16-34 tahun menurut Rifki dalam (Wahyudi, 2022)

Fenomena pembelian dan penggunaan skin dalam permainan Mobile Legends di Bandar Lampung mencerminkan antusiasme yang tinggi dari komunitas gaming lokal serta menunjukkan dinamika sosial dan ekonomi dalam ekosistem permainan daring. Komunitas Mobile Legends di kota ini berkembang pesat,

dengan banyak pemain yang berupaya meningkatkan pengalaman bermain mereka serta memperoleh status sosial yang lebih tinggi melalui kepemilikan skin eksklusif. (danuarta, 2023) Aktivitas jual beli akun menjadi salah satu aspek utama dalam fenomena ini, sebagaimana terlihat dalam grup Facebook seperti Mobile Legends: Bandar Lampung dan Jual Beli Akun Mobile Legend Bandar Lampung, di mana pemain secara aktif menawarkan akun dengan jumlah skin yang banyak. Kepemilikan skin yang melimpah sering kali menjadi faktor utama dalam menentukan nilai sebuah akun, dengan beberapa akun yang memiliki ratusan skin ditawarkan dengan harga mencapai jutaan rupiah. Misalnya, dalam salah satu transaksi yang terjadi, sebuah akun dengan koleksi 336 skin ditawarkan dengan harga Rp1,3 juta, menunjukkan bahwa nilai ekonomi dari akun Mobile Legends sangat dipengaruhi oleh jumlah dan eksklusivitas skin yang dimiliki (ml_lampung, 2024) Selain melalui jual beli akun, fenomena pembelian skin juga dapat diamati dalam penyelenggaraan turnamen dan event lokal yang semakin marak di Bandar Lampung. Penyelenggara seperti Mobile Legends Lampung melalui platform Instagram kerap mengadakan turnamen yang melibatkan komunitas lokal. Dalam turnamen tersebut, penggunaan skin umumnya diperbolehkan, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik kompetisi tetapi juga memberikan kesempatan bagi pemain untuk memamerkan koleksi skin mereka. Sebagai contoh, sebuah turnamen yang diselenggarakan di Lampung City Mall memperbolehkan penggunaan skin, emot, serta fitur kosmetik lainnya, sehingga memberikan pengalaman bermain yang lebih menarik dan kompetitif bagi para peserta. Dengan demikian, fenomena pembelian dan penggunaan skin Mobile Legends di Bandar Lampung tidak hanya mencerminkan tingginya minat komunitas terhadap game ini, tetapi juga menjadi bagian dari budaya digital yang lebih luas. Aktivitas jual beli akun, partisipasi dalam turnamen yang saling terkait dalam membentuk ekosistem gaming di kota ini, di mana aspek ekonomi, sosial, dan kompetitif berkonvergensi dalam dinamika yang terus berkembang. ini juga menunjukan bahwa game online Mobile Legends di Bandar Lampung memiliki banyak pemain. Berdasarkan popularitas yang di miliki oleh game Mobile Legends: Bang Bang tentu para playernya juga akan

membeli Skin, Salah satu virtual items yang populer dan tentunya hampir dimiliki oleh seluruh pemain Mobile Legends: Bang Bang yaitu skin.

Menurut (yonal regen, 2024) Skin adalah tema baju khusus atau umum juga disebut kostum yang bisa dipakai oleh hero yang dimainkan dalam game Mobile Legends. Skin ini banyak diminati para player karena memang fungsinya yang bisa mengubah tampilan visual hero, mulai dari desain senjatanya, baju, efek animasi, sampai pada tampilan saat hero akan mengeluarkan skill-nya. Mobile legends menawarkan ratusan skin untuk berbagai hero, setiap skin memiliki tingkat kelangkaan dan fitur berbeda seperti:

1. Basic skin: skin dasar dengan sedikit perubahan pada desain hero
2. Elite skin: memberikan perubahan visual lebih menarik, seringkali dengan sedikit efek tambahan.
3. Epic skin: dilengkapi dengan animasi khusus, efek suara, tampilan yang sangat menarik
4. Legend skin: tingkat tertinggi dengan perubahan pada hero, termasuk animasi,suara,dan tema visual yang unik.

dengan adanya tingkat kelangkaan dari sebuah skin juga semakin sulit memperoleh skin tersebut ataupun semakin tinggi nominal yang perlu dihabiskan untuk memperoleh skin tersebut.

Tabel 1.1

Data Skin Yang Paling Banyak Dicari

No	Skin		
1	Ling -Night Shade	11	Fanny – Skylark
2	Granger- Lighborn Overrider	12	Saber – Codename Strom
3	Saber – Saber Regulator	13	Alucard – Obsidian Blade
4	Kagura – Cherry Witch	14	Moskov – Twilight Dragon
5	Selena – Virus	15	Claude – Mecha Dragon
6	Karrie – Gill Girl	16	Gusion – K
7	Harith – Evos Legends	17	Hayabusa – Shadow Of

			Obscurity
8	Selena – Stun Selena	18	Selena – Thunder Flash
9	Alice – Wizardry Teacher	19	Lancelot – Royale Matador
10	Chou – Dragon Boy	20	Chou – Iori Yagami

Sumber : esportku.com

Berdasarkan data yang ada, terlihat bahwa skin Ling - Night Shade menempati posisi teratas sebagai skin yang paling banyak dicari dikarnakan desain estetika yang menarik dengan efek visual yang unik dan tema gelap yang misterius. Berikut kisah singkat dari hero ling dan skin ling-Night Shade

Menurut (Riswan Khun, 2024b) Ling adalah hero Mobile Legends yang menempati role Assassin. Sejak dirilis pertama kali, hero ini langsung menjadi primadona di kalangan pemain Mobile Legends, meski sering mendapatkan *nerf*. Menurut (Zaid Nuriyanto, 2024) *Nerf* adalah istilah ini digunakan untuk menjelaskan saat sebuah hero mengalami penurunan kemampuan. Kenapa bisa begitu? Biasanya, ini terjadi karena hero tersebut dianggap terlalu kuat atau over power (OP).

seorang Assassin terbaik dari kelompok Finch, membuka gerbang "Sky Arch" menuju Hidden Land untuk membalaskan dendam pada Great Dragon yang memilih Zilong sebagai penerusnya. Saat Ling, yang kini dikenal sebagai Cyan Finch, berhadapan dengan Zilong, keduanya terlibat dalam duel sengit. Namun, kenangan persahabatan mereka membuat Ling ragu untuk menyelesaikan serangannya. Zilong, yang menurunkan senjatanya, mengingatkan Ling akan kepercayaan mereka dulu sumber: (Riswan Khun, 2024).

Ling, dengan kemampuannya yang tak tertandingi untuk membuat lawannya kewalahan, dianugerahi gelar kehormatan menurut (ChrisKurniawan, 2024) Night Shade sebagai bagian dari Pasukan Penjinak Naga. Legenda mengatakan bahwa dengan keterampilan dan keberaniannya, Ling berhasil mengalahkan naga yang sangat kuat hanya dengan pedang, dan initercermin dengan jelas dalam estetika kulitnya. Desain Night Shade menawarkan visual yang menawan dan detail. Tanduk ungu yang tumbuh di kepalanya, bersama dengan motif artistik di wajahnya, memancarkan aura keagungan dan misteri. Sementara itu, pakaian ungu dengan

sisik naga yang tahan lama, menunjukkan kekokohan dan integritas karakternya. Untuk menambah keanggunan, Ling dilengkapi dengan sayap ungu yang memancarkan kilauan seakan-akan terbuat dari kristal.

Senjatanya, pedang dengan kekuatan esensial seekor naga, dipoles dengan warna ungu dan terlihat begitu serasi di tangan Ling, menunjukkan penguasaan senjata yang mutlak. Bagi Anda yang tertarik dengan skin ini, siapkan dana sekitar 899 Diamond, sesuai dengan statusnya sebagai tipe Epic. Dalam denominasi Rupiah, harganya berada di kisaran 300 ribu. Dari cerita di atas menyatakan popularitas hero dan estetika serta harga di sebutkan dalam serita hero dan skin tersebut, dari cerita di atas peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada skin Ling-Night Shade khususnya di Bandar Lampung.

Tabel 1.2
Hasil Prasurvei

Hasil Prasurvei Tanggal 24-25 November 2024		
Pertanyaan Responden	**Responden**	**Persentase%**
Apakah Komunitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	18	58,1%
Apakah Estetika Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	30	96.8%
Apakah Pengaruh Teman Berpengaruh Terhadap	13	41,9%

Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends		
Apakah Status Sosial Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	21	67,7%
Apakah Pengalam Bermain Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	11	35,5%
Apakah Event Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	15	48,4%
Apakah Iklan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	18	58,1%

Apakah Popularitas Hero Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	27	87,1%
Apakah Influencer Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	14	45,2
Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Ling-Night Shade Di Mobile Legends	25	80,6%

Sumber prasurvei pada tanggal 24-25 November 2024

Berdasarkan Hasil dari prasurvei yang dilakukan pada tanggal 24-25 November 2024 dengan jumlah responden sebanyak 31 responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang atau 96,8% estetika mempengaruhi keputusan pembelian skin ling-Night Shade di mobile legends, sebanyak 27 orang atau 87,1% popularitas hero juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian skin ling-Night Shade di Mobile Legends, dan sebanyak 25 orang atau 80,6% harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada skin ling-Night Shade di Mobile Legends. Serta data dari gamedaim.com dan duniagame.co.id yang menyebutkan ling merupakan hero yang memiliki popularitas, dan harga skin yang sesuai dengan kualitasnya, dan skin ling-

Night Shade memiliki estetika yang indah. Berikut kisah dari hero ling dan kemunculan skin ling-Night Shade

Strategi harga yang diterapkan oleh Moonton dirancang untuk mencerminkan kualitas skin, termasuk efek visual dan animasi yang menyertainya. Penelitian menunjukkan bahwa harga yang lebih tinggi sering kali diterapkan untuk skin dengan estetika dan fitur yang lebih baik. Diskon sebesar 30% yang diberikan pada minggu pertama peluncuran juga merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kecepatan pembelian, yang selaras dengan konsep yang dijelaskan oleh (*Shimp, T. A. (1997)*, n.d.) bahwa harga yang tepat dapat meningkatkan nilai produk di mata konsumen.

Namun, penting untuk dicatat bahwa harga juga dapat menjadi penghalang bagi beberapa konsumen, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan finansial. Penelitian oleh (Hannan & Ardhani, 2024) menyoroti bahwa meskipun harga memiliki pengaruh signifikan pada keputusan membeli virtual item dalam game Mobile Legends oleh para pemainnya di Kota Malang. (Khaliq et al., 2022a) harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada virtual item game online Mobile Legends: Bang Bang. Jika pelanggan percaya bahwa harga yang diberikan oleh pembeli wajar, maka lebih memungkinkan untuk mereka memperoleh barang tersebut. seperti yang juga diungkapkan oleh (Rukmayanti & Fitriana, 2022). Selain harga, estetika juga menjadi faktor dalam keputusan pembelian.

Menurut (Desi. F, 2024) estetika merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam penampilan produk, terutama dari segi bentuk, model, dan warna. Semakin tinggi nilai estetika suatu produk, semakin besar pula ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. Estetika yang menarik dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan, terutama dengan tampilan visual yang memukau, yang mampu memikat konsumen. Menurut (Saragih et al., 2023) Dalam konteks game seperti Mobile Legends, menyoroti bahwa desain visual yang menarik pada produk virtual dalam game dapat memengaruhi keputusan pembelian pemain.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Suriansha & Rasyid, 2024) Estetika berpengaruh positif atau signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Fashion di Salah Satu Departement Store di Jakarta Utara, Ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan estetika desain sebelum membeli produk. menurut (Devlin & Firdausy, 2020) bahwa estetika yang diterapkan tidak sesuai dengan harapan konsumen seperti tidak sesuai ekspektasi dapat menurunkan minat pembelian produk

Selain harga dan estetika, popularitas hero juga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian skin. Hero yang populer biasanya memiliki basis penggemar yang lebih besar, yang mendorong lebih banyak pemain untuk membeli skin terkait. (redzi Arya Pratama, 2021) Hero Ling dalam game Mobile Legends: Bang Bang sering digunakan oleh pemain profesional karena mobilitasnya yang tinggi dan kemampuan burst damage yang signifikan. Kemampuan unik Ling untuk bergerak di atas dinding memberikan keuntungan strategis dalam pertandingan tingkat tinggi. Sebagai contoh, pemain profesional dari tim RRQ Hoshi, seperti Alberttt, telah menunjukkan keahlian mereka dalam menggunakan Ling dalam turnamen resmi. pernyataan ini sejalan dengan (dbklik, 2024) yang mengatakan Hero yang sering digunakan oleh pemain profesional atau pro player dalam turnamen dan streaming cenderung menjadi populer di kalangan pemain umum

Penelitian oleh (Pratiwi Gusman & Kinanda, 2023) menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa popularitas NCT Dream berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Mie Sehat Lemonilo. Popularitas hero dalam game, seperti yang terjadi pada NCT Dream dalam konteks Mie Sehat Lemonilo, dapat memiliki pengaruh yang mirip terhadap keputusan pembelian skin dalam game seperti Mobile Legends. Ketika seorang hero menjadi populer atau sering digunakan dalam event besar, pemain cenderung ingin menyesuaikan tampilan hero favorit mereka dengan skin yang menarik. Namun menurut (Riswan Khun, 2024) popularitas hero juga dapat membawa dampak negatif, Salah satunya adalah kecenderungan untuk menghabiskan uang demi membeli skin atau item dalam game, yang dapat berdampak negatif pada keuangan mereka. Hal ini sejalan dengan (Hasbie Fikri, 2023) yang membahas bagaimana fitur pembelian skin dan top-up dalam Mobile Legends dapat mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan pemain. Pemain sering kali merasa perlu membeli skin untuk meningkatkan penampilan karakter

mereka, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan serta potensi frustrasi jika mereka tidak mampu mengikuti tren tersebut.

Berdarkan beberapa faktor yang sudah di sebutkan seperti Harga, Estetika Dan Popularitas Hero disebutkan dalam kisah hero ling dan skinnya yaitu, ling-Night Shade. Jadi peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang Pengaruh Harga, Estetika, Dan Popularitas Hero berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada skin hero ling-Night Shade di mobile legends khusus nya di Bandar Lampung yang menjadi fenomena bahwa tidak hanya mencerminkan tingginya minat komunitas terhadap game ini, tetapi juga menjadi bagian dari budaya digital yang lebih luas. Aktivitas jual beli akun, partisipasi dalam turnamen yang saling terkait dalam membentuk ekosistem gaming di kota ini, di mana aspek ekonomi, sosial, dan kompetitif berkonvergensi dalam dinamika yang terus berkembang. ini juga menunjukan bahwa game online Mobile Legends di Bandar Lampung memiliki banyak pemain. penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi, masukan dan pengetahuan kepada pihak pengelola Mobile Legends untuk membuat skin yang mempertimbangkan Harga, Estetika, Dan Popularitas Hero tersebut tentunya dengan mengenalkan Hero tersebut membuat cerita dari latar belakang Hero. Dengan ini judul penelitian ini adalah Pengaruh Harga, Estetika Dan Popilaritas Hero Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Hero Ling – Night Shade Game Online Mobile Legends Di Bandar Lampung

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang Yang Telah Di Uraikan Di Atas, Maka Rumusan Masalah Pada Penelitian Ini Adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skin skin ling-Night Shade di Mobile Legends?
2. Apakah estetika berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skin ling-Night Shade di Mobile Legends?
3. Apakah popularitas hero berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skin ling-Night Shade di Mobile Legends?

4. Apakah harga, estetika dan popularitas hero berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skin skin ling-Night Shade di Mobile Legends?

1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

subjek dalam penelitian ini adalah pemain game online Mobile Legends

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

objek dalam penelitian ini adalah harga estetika dan popularitas hero terhadap kepuasan skin ling-night shade mobile legends:Bang Bang

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

ruang lingkup penlitian ini adalah pemain game online Mobile Legends , yang terletak di Bandar Lampung, provinsi lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2024 sampai dengan selesai

1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian

ruang lingkup penelitian ini adalah harga estetika dan popularitas hero terhadap keputusan pembelian

1.4 TUJUAN PENELITIAN

tujuan penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada skin ling-Night Shade di game online mobile legends
2. untuk mengetahui adakah pengaruh estetika terhadap keputusan pembelian pada skin ling-Night Shade di game online mobile legends
3. untuk mengetahui adakah pengaruh popularitas hero terhadap keputusan pembelian pada skin ling-Night Shade di game online mobile legends
4. untuk mengetahui adakah pengaruh harga, estetika dan popularitas hero berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skin skin ling-Night Shade di Mobile Legends?

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.5 Bagi Pengelola Mobile Legends: Bang Bang

penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi, masukan dan pengetahuan kepada pihak pengelola mobile legends untuk membuat skin terbaru sesuai denga kemauan dari konsumen sehingga skin yang di buat dapat meraih keuntungan yang maksimal

1.5.6 Bagi Peneliti

penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori dalam bidang pemasaran terutama tentang harga dan estetika terhadap keputusan pembelian

1.5.7 Bagi Pihak Lain

sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang

1.5.8 Bagi Institusi Iib Darmajaya

menambah referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya

1.6 SISTEMATIS PENULISAN

Sistematis penulisan dalam penelitian ini secara garis besar dibagi menjadi lime bab, yang terdiri dari:

- Bab I: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti, ruang lingkup penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematis penulisan tentang “Pengaruh Harga, Estetika Dan Popilaritas Hero Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Hero Ling – Night Shade Game Online Mobile Legends Di Bandar Lampung”

- Bab II: Landasan Teori

Bab ini menguraikan mengenai keputusan pembelian, harga, estetika, kerangka pikir, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis

- Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dari penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, tehnik pengumpulan data dan analisi yang digunakan dalam pengujian Hipotesis.

- Bab IV: Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai " Pengaruh Harga, Estetika Dan Popilaritas Hero Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skin Hero Ling – Night Shade Game Online Mobile Legends Di Bandar Lampung".

- Bab V: Kesimpulan Dan Saran

Berisi kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.