

**FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
ANAK MUDA PADA E-SPORT**

SKRIPSI



**Oleh:
Hendeka Putra
180910082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

**FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
ANAK MUDA PADA E-SPORT**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Hendeka Putra
180910082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Hendeka Putra
NPM : 180910082
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Anak Muda Pada E-sport

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 24 Januari 2022



Hendeka Putra

180910082

**FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
ANAK MUDA PADA E-SPORT**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

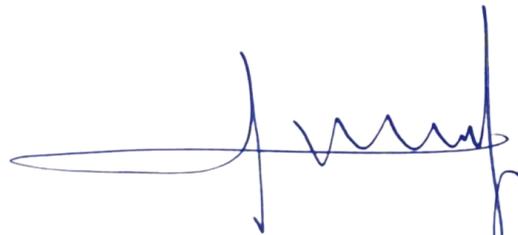
Oleh:

Hendeka Putra

180910082

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 24 Januari 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal stroke followed by several vertical and wavy lines, ending with a small flourish.

Dr. Wasiman, S.E., M.M

Pebimbing

ABSTRAK

E-sport juga dikenal dengan permainan kompetitif, merupakan cabang olahraga baru dengan banyak peminat terutama dikalangan anak muda. Pengaruh kemajuan teknologi dan internet pada masyarakat umum tidak dapat dihindari. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penyebaran kuesioner secara daring. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 104 responden dan 100 sampel. Kuesioner berisi karakteristik individu dan 36 pernyataan yang diukur menggunakan *skala likert*. Penelitian ini menggunakan program *spss* untuk mengolah data. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan, jumlah rata-rata pada variabel motivasi, keterampilan, dan perilaku termasuk dalam skala antara $3,41 < n \leq 4,20$ (kategori setuju). Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

Kata Kunci : motivasi, keterampilan, perilaku, keputusan pembelian, *e-sport*

ABSTRACT

E-sport also known as competitive games, is a new sport with many enthusiasts especially among teenagers. The influence of technological and the internet advances on the general public is unavoidable. There are several factors that influence teenagers purchasing decision on e-Sport. This study aims to determine the factors that influence teenagers purchasing decisions on e-sport. The method used in this research is quantitative research and online questionnaire distribution. The population and samples used in this study amounted 104 respondents and 100 samples. The questionnaire contains individual characteristics and 36 statements which are measured using likert scale. This study uses the spss program to process data. Based on the results of data processing in this study, the average number of motivation, skills, and behavior variables included in the scale between $3,41 < n \leq 4,20$ (agree category). This statement shows that each variable in this study has a significant effect on teenagers purchasing decision on e-sport.

Keywords : Motivation, skills, behavior, purchasing decision, e-sport.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Skripsi ini dapat selesai dengan bantuan bimbingan serta arahan yang diberikan oleh berbagai pihak, maka dari itu dikesempatan ini dengan rasa penuh hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan materi dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga skripsi ini selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Ibu Renita Millena selaku *Human Resources Development* yang menyediakan data untuk keperluan penulis;
7. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa;
8. Sahabat yang selalu memberikan dukungan dan saling membantu dalam penyelesaian skripsi ini;
9. Semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan dan doa kepada penulis yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 Agustus 2021



Hendeka Putra
180910082

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Teori Dasar	7
2.1.1 Teori Motivasi.....	7
2.1.2 Teori Keterampilan	8
2.1.3 Teori Perilaku	10
2.1.4 Teori Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Peneliti Pendahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Sifat Penelitian.....	17
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	17
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	17
3.3.2 Periode Penelitian	17
3.4 Populasi dan Sampel	18
3.4.1 Populasi	18
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	18
3.4.3 Teknik Sampling	19
3.5 Sumber Data	19
3.5.1 Data Primer	19
3.5.2 Data Sekunder.....	19
3.6 Metode Pengumpulan Data	19
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
3.7.1 Variabel Independen	20
3.7.2 Variabel Dependen.....	20

3.8	Metode Analisis Data	21
3.8.1	Analisis Deskriptif	22
3.8.2	Uji Validitas	23
3.8.3	Uji Reliabilitas	23
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	24
3.8.5	Uji Regresi Linier Berganda	25
3.9	Uji Hipotesis	26
3.9.1	Uji Koefisien Determinasi	26
3.9.2	Uji t	26
3.9.3	Uji F	26
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	27
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.2.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	28
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	29
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	30
4.3.1	Variabel Motivasi	30
4.3.2	Variabel Keterampilan	31
4.3.3	Variabel Perilaku	32
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian	33
4.4	Analisis Data	34
4.4.1	Hasil Uji Validitas	34
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	36
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	38
4.4.4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	41
4.5	Pengujian Hipotesis	42
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.5.2	Uji t	43
4.5.3	Uji F	43
4.6	Pembahasan	44
4.6.1	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Anak Muda Pada E-sport	44
4.6.2	Pengaruh Keterampilan Terhadap Keputusan Pembelian Anak Muda Pada E-sport	45
4.6.3	Pengaruh Perilaku Terhadap Keputusan Pembelian Anak Muda Pada E-sport	46
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	46
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Simpulan	48
5.2	Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ma "ChengC" Jia cheng	4
---	---

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel	20
Tabel 3.2 Skala Likert	22
Tabel 3.3 Kategori Skala	23
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.3 Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
Tabel 4.4 Data Berdasarkan Status	29
Tabel 4.5 Data Pernyataan Variabel Motivasi (X_1)	30
Tabel 4.6 Data Pernyataan Variabel Keterampilan (X_2)	31
Tabel 4.7 Data Pernyataan Variabel Perilaku (X_3)	32
Tabel 4.8 Data Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)	33
Tabel 4.9 Data Uji Validitas Variabel Motivasi	34
Tabel 4.10 Data Uji Validitas Variabel Keterampilan	35
Tabel 4.11 Data Uji Validitas Variabel Keterampilan	35
Tabel 4.12 Data Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.13 Data Uji Reliabilitas Variabel Motivasi	36
Tabel 4.14 Data Uji Reliabilitas Variabel Keterampilan.....	37
Tabel 4.15 Data Uji Reliabilitas Variabel Perilaku.....	37
Tabel 4.16 Data Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.17 Data Uji Normalitas	38
Tabel 4.18 Data Uji Multikolinearitas.....	39
Tabel 4.19 Data Uji Heterokedastisitas	40
Tabel 4.20 Data Uji Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.21 Data Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
Tabel 4.22 Data Uji t	43
Tabel 4.23 Data Uji F.....	43

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Penentuan Besar Sampel	18
Rumus 3.2 Rumus Garis Kontinum	22
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini, Dunia telah bergerak dalam beberapa tahun terakhir dengan teknologi berdasarkan kebutuhan manusia. Olahraga salah satunya domain dipengaruhi oleh kemajuan dan perubahan teknologi. *E-Sports* telah menjadi sangat populer selama dekade terakhir, tetapi kebanyakan orang dewasa belum pernah mendengar konsep baru ini. *E-Sports* biasanya berfokus pada permainan kompetitif atau profesional. Orang biasa melihat remaja di jalanan bermain sepak bola, basket, dan olahraga lainnya. Baru-baru ini, permainan olahraga telah berkembang menjadi permainan komputer. Saat ini permainan komputer telah membentuk industri *e-Sports*.

Sejarah olahraga dikenal dalam budaya yang luas, istilah *e-Sports* mengacu pada video game kompetitif, terutama di kalangan gamer profesional. Permainan kompetitif, juga dikenal sebagai *e-Sports*, sangat populer di Amerika Utara dan Eropa Barat. Ketika industri esports muncul pada awal 2000-an, China bergabung dengan klub dan dengan cepat menjadi pemain utama dalam komunitas game kompetitif internasional. Setelah lebih dari 15 tahun berkembang pesat, China kini menjadi pasar esports terbesar di dunia. Sejak 2015 ada lebih dari 15 perusahaan dan organisasi yang secara rutin mengoordinasikan acara e-Sport di tanah air. Negara ini memiliki lebih dari enam platform siaran yang menyiarkan kompetisi esports dan pemain profesional. Semakin banyak pemain video game online melihat esports sebagai permainan kompetitif sebagai peluang kerja dan bukan hanya sebagai aktivitas rekreasi. Tentunya atlet *e-Sport* Indonesia bisa bersaing bukan

hanya di tingkat nasional tetapi juga di tingkat Internasional. Nantinya kalau sampai dipertandingkan di *Asian Game* berikutnya di Hangzhou tahun 2022.

E-sports juga dikenal sebagai permainan kompetitif, telah tumbuh dari budaya bawah tanah ke industri dominan, yang hari ini memesan miliaran dolar. Pasar Esports di seluruh dunia diperkirakan akan mencapai \$ 1,8 miliar pada tahun 2022. Pemirsanya domestik internal pada tahun 2019 adalah 454 juta, ini lebih dari empat kali lebih besar dari Asosiasi Sepak Bola AS. Ketika video game mengimpor sistem *e-Sports* dengan menyesuaikan struktur turnamen dan bersaing dengan aturan tingkat amatir dan profesional, *e-Sports* memiliki banyak kesamaan olahraga tradisional. *E-sports* mirip dengan olahraga tradisional dalam manajemen regulasi, struktur pendapatan, peristiwa, dan pengembangan olahraga populer untuk elit dan pendidikan umum untuk memastikan tingkat kinerja tertinggi.

Industri *e-Sport* selalu mendorong batas dari apa yang dianggap sebagai hiburan. Beberapa orang mungkin berpikir bahwa *e-Sport* harus membuktikan diri di bidang ini, sementara kompetisi game telah ada selama beberapa dekade. Namun, *e-Sport* telah melewati fase pembuktian konsep dan telah memasuki liga besar (*Price Waterhouse Coopers Global, 2016: 11*).

Pengaruh kemajuan teknologi, seperti munculnya Internet, pada masyarakat umum tidak dapat dihindari. *E-sport* terbagi menjadi beberapa platform melalui *console*, *hp*, dan *PC* yang dimana pemain dapat berinteraksi maupun bersaing dengan orang lain melalui platform tersebut (Ryan Rogers, 2018: 5). Produk-produk ini dirancang untuk memfasilitasi aktivitas yang sering dilakukan orang setiap hari. Usia pengguna internet bervariasi dari anak-anak hingga remaja hingga dewasa. Pada umumnya akses internet biasanya menggunakan internet melalui

kemampuan komputer atau telepon seluler, sedangkan yang tidak memiliki koneksi internet biasanya menggunakan layanan internet melalui warnet yang menyediakan layanan internet.

Motivasi anak muda memberikan hasil yang dapat dipisahkan ketika sesuatu dilakukan secara berbeda. termotivasi karena dia takut sanksi tetapi di sisi lain dia mendapatkan hasil. demikian pula siswa yang melakukan pekerjaan seolah-olah itu berharga secara pribadi untuk karir yang dipilih ini dimotivasi secara ekstrinsik karena itu dilakukan karena nilainya dan bukan karena minat.

Niat berkelanjutan didefinisikan sebagai kecenderungan niat individu untuk mencapai tujuan perilaku tertentu, yang mewakili perilaku berkelanjutan dan persepsi seseorang tentang kemungkinan mereka untuk berpartisipasi dalam perilaku yang berkelanjutan. pembelian berkelanjutan juga penting untuk penyajian perilaku tertentu.

Sulit untuk mengatakan bahwa remaja yang menerima impian mereka sebagai pemain *e-Sport*. Jadi kita dapat mengatakan bahwa beberapa remaja dapat kecanduan video game mereka karena masa depan yang tak terduga Remaja dapat menunjukkan perilaku kecanduan untuk penggunaan video game yang berlebihan, jika ia tidak dapat mencapai tujuan profesional di *e-Sport* (Henry, 2018: 5). Masalah ini memiliki terlalu banyak video game yang mengarah pada perilaku adiktif ketika *e-Sport* mencoba mengurangi penemuan mereka dengan saran dan aktivitas fisik dalam beberapa tahun terakhir.

Ada juga player dengan harga transfer tertinggi, Di kancah profesional Ma "ChengC" Jiacheng, seorang gamer mobile PUBG profesional asal China, sempat membela tim Yi Qi Lang dan akhirnya direkrut oleh LGD Gaming pada Januari

2021. Langkah tersebut juga memecahkan rekor biaya transfer termahal bagi seorang gamer profesional PUBG Mobile di dunia, yakni \$1,5 juta atau Rp21 miliar. Menurut *Chinese People E-sports*, penampilan pertama pemain hanya akan menelan biaya sekitar Rp 9 miliar. LGD Gaming berhasil mengalahkan pemain ini bahkan setelah pertunjukan kesepuluh.

Gambar 1.1 Ma "ChengC" Jia cheng



Sumber: jalantikus.com

Berdasarkan seluruh uraian latar belakang diatas, membuat penulis sangat tertarik untuk mengambil judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Anak Muda Pada E-sport**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalahnya, sebagai berikut :

1. Kurangnya motivasi pemain membuat pemain malas untuk mencapai tujuan yang seharusnya dicapai pada *e-Sport*.
2. Kurangnya keterampilan pemain membuat pemain tidak mampu bersaing pada *e-Sport*.

3. Kurangnya perilaku pemain berdampak pada keputusan pembelian pada tim *e-Sport* .

1.3 Batasan Masalah

Dalam konteks pertanyaan sebelumnya dan identifikasi masalah yang ada, batasan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah kondisi perkembangan e-Sports, motivasi anak muda pada e-Sports, keterampilan anak muda pada e-Sport dan perilaku anak muda terhadap e-Sports.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.
2. Apakah Keterampilan berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.
3. Apakah Perilaku berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.
2. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dengan melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan produktifitas tim *e-Sport* profesional.
2. Memberikan kenyamanan serta memenuhi kebutuhan pemain *e-Sport*.
3. Meningkatkan kualitas pemain *e-Sport*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat, akan menjadi wawasan untuk masyarakat bahwa e-Sport merupakan karir yang menjanjikan.
2. Bagi Universitas Putera Batam, mampu dijadikan acuan untuk mahasiswa yang lain.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Teori Dasar

Seiring berkembangnya elektronik, HP dan PC bukan hanya sebuah alat untuk berkomunikasi, tetapi juga digunakan untuk beberapa hal yang didukung oleh teknologi internet dan salah satunya adalah video game/game online. Game online menjadi salah satu yang menarik perhatian anak-anak muda untuk bermain, menghasilkan uang, dan mengikuti kompetisi yang telah diadakan oleh organisasi maupun pemerintah. Beberapa game yang sering diadakan suatu kompetisi saat ini seperti *Valorant*, *Dota 2*, *PUBG Mobile*, *Mobile Legend*, dan lain-lainnya.

2.1.1 Teori Motivasi

Motivasi terjadi karena munculnya rasa ingin mencapai sesuatu. Motivasi menurut (Purwanto, 2017: 60) adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Apa pun yang dilakukan orang, penting atau tidak penting, berbahaya atau berisiko, selalu ada motivasi. Motivasi juga penting dalam e-Sports karena motivasi memungkinkan pemain untuk lebih aktif dalam latihan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

2.1.1.1 Indikator-Indikator Motivasi

Menurut (Uno, 2019: 23) ada beberapa indikator motivasi yaitu:

1. Kerja Keras.
2. Orientasi Masa Depan.
3. Cita-Cita Yang Tinggi.
4. Orientasi Sasaran.

5. Usaha Untuk Maju.
6. Ketekunan.

2.1.1.2 Macam-Macam Motivasi

Menurut (Sardiman, 2018: 89) ada dua macam motivasi, yaitu :

1. Motivasi Intrinsik.

Motivasi yang terbentuk karena adanya dorongan dari dalam diri untuk melakukan sesuatu.

2. Motivasi Ekstrinsik.

Motivasi yang terbentuk karena adanya dorongan dari luar untuk melakukan sesuatu.

2.1.1.3 Fungsi-Fungsi Motivasi

Menurut (Sardiman, 2018: 85) berpendapat bahwa motivasi mempunyai tiga fungsi yaitu :

1. Motivasi Pendorong.

Motivasi ini harus ada di dalam diri seorang untuk melakukan aktivitas.

2. Motivasi Arah Perbuatan

Pemicu seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang harus dikerjakan sesuai tujuannya.

3. Motivasi Pengarah.

Memilih kegiatan atau aktivitas yang dikerjakan untuk mencapai tujuan dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan.

2.1.2 Teori Keterampilan

Keterampilan menurut (Karyoto, 2016: 21) dapat digunakan oleh seseorang

untuk melakukan suatu kegiatan tertentu dan memberikan hasil yang maksimal. Keterampilan dalam esport akan mengharuskan pemain (atau atlet) untuk bugar, sehat dan cakap bergerak agar dapat tampil pada tingkat persaingan yang setinggi-tingginya, seperti di lingkungan fisik selama Olimpiade. E-sport membutuhkan kepastian pengembangan keterampilan fisik dari pemain sebagai elemen inti e-Sport.

2.1.2.1 Indikator-Indikator Keterampilan

Menurut (Ibrahim, 2018: 85) keterampilan dibagi menjadi 4 kategori yaitu :

1. Keterampilan Dasar (Basic Literacy Skill).
2. Keterampilan Teknis (Technical Skill).
3. Keterampilan Interpersonal (Interpersonal Skill).
4. Penyelesaian Masalah (Problem Solving).

2.1.2.2 Macam-Macam Keterampilan

Menurut (Wahyuni, 2016: 23) , ada beberapa macam keterampilan yaitu :

1. Kemampuan teknis.
Kemampuan untuk menggunakan pengetahuan, metode, teknik dalam menyelesaikan pekerjaan.
2. Ilmu pengetahuan keterampilan
Dilakukan secara sadar untuk meneliti, menyelidiki, meningkatkan Ilmu pengetahuan diperoleh dari pendapatan formal maupun non formal.
3. Ilmu teknologi.
Ilmu yang masih awam untuk sebagian masyarakat dan dapat menjadi sebuah dorongan terhadap perubahan.

2.1.2.3 Fungsi-Fungsi Keterampilan

Menurut (Phil H Yanuar Kiram, 2019: 3), ada beberapa fungsi keterampilan dalam kehidupan manusia yaitu :

1. Fungsi Produktif.

Manusia dapat membuat dan memproduksi sesuatu dan manusia dapat menyusun materi atau benda-benda di sekitarnya.

2. Fungsi Komunikasi.

Manusia bisa berkomunikasi dan berhubungan dengan manusia yang lain.

3. Fungsi Eksplorasi.

Manusia dapat menyelidiki keadaan atau aturan-aturan yang ada di lingkungannya.

3. Fungsi Adaptasi.

Manusia dapat menyesuaikan diri terhadap aturan-aturan yang ada di lingkungannya.

4. Fungsi Personal.

Manusia dapat mengalami dan merasakan sendiri pengalaman dan meyakinkan dirinya terhadap sesuatu.

5. Fungsi Ekspresi.

Manusia dapat mengekspresikan perasaannya

7. Fungsi Komparasi.

Manusia dapat membandingkan dirinya dengan lingkungannya.

2.1.2 Teori Perilaku

Definisi perilaku menurut (Ahmad dan Nuning, 2021: 20) dapat meningkatkan

kinerja karena biasanya seseorang membawa sifat-sifat karakteristik individual. Perilaku juga tidak kalah penting, perilaku menjadi salah satu pertimbangan utama jika ingin masuk ke dunia *e-Sport*. Perilaku negatif seperti berkata kasar dan pelecehan dapat menjadi penghalang bagi pemain untuk mencapai performa yang bagus.

2.1.3.1 Indikator-Indikator Perilaku

Menurut (Ni'matuzahroh dan Susanti, 2018: 157) ada bentuk indikator-indikator perilaku sebagai berikut :

1. Perilaku Verbal : memuji, menyampaikan pendapat, memaki.
2. Perilaku Non Verbal : memukul, merusak, menendang.

2.1.3.2 Macam-Macam Perilaku

Menurut (Okviana, 2016: 11), ada macam-macam perilaku :

1. Perilaku Sadar.
2. Perilaku Tidak Sadar.
3. Perilaku Tampak.
4. Perilaku Tidak Tampak.
5. Perilaku Sederhana.
6. Perilaku Kompleks.
7. Perilaku Kognitif.
8. Perilaku Afektif.
9. Perilaku Konatif.
10. Perilaku Psikomotor.

2.1.3.3 Fungsi-Fungsi Perilaku

Menurut (Katz dan Dr.Saifuddin Azwar, M.A., 2016: 19) ada empat fungsi

perilaku :

1. Fungsi Instrumental.

Seseorang akan membentuk perilaku positif/negatif terhadap hal yang dirasakan menguntungkan atau dirugikan.

2. Fungsi Pertahanan Ego.

Seseorang akan menghindari dari hal yang mengancam egonya apabila merasakan hal yang dirugikan.

3. Fungsi Pernyataan Nilai.

Seseorang akan menunjukkan keinginan untuk mendapatkan kepuasan.

4. Fungsi Pengetahuan.

Seseorang akan mengekspresikan rasa penasaran, dan mencari pembenaran.

2.1.4 Teori Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut (Tjiptono, 2016: 22) adalah tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Setiap orang, keluarga, atau organisasi melalui suatu proses sebelum membuat keputusan pembelian dan tindakan mereka setelah menerima dan mengkonsumsi suatu produk, layanan, atau ide.

2.1.4.1 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2016 : 176) meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan Keinginan akan Suatu Produk.

2. Kesesuaian Harga.

3. Keinginan Mencoba Berbagai Produk yang Bervariasi.
4. Kemantapan akan Kualitas Suatu Produk.
5. Bonus Akhir Tahun.

2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2018: 159) ada empat faktor keputusan pembelian, diantaranya sebagai berikut :

1. Faktor Budaya (Cultural).

Memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam pada perilaku konsumen yang diantaranya adalah kebudayaan, sub budaya, dan kelas sosial.

2. Faktor Sosial (Social).

Dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya adalah kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

3. Faktor Pribadi (Personal).

Memiliki pengaruh karakteristik pribadi yaitu : umur, profesi, ekonomi, dan kepribadian.

4. Faktor Psikologis (Psychological).

Memiliki pengaruh utama yaitu : motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

2.1.4.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016: 235) ada lima proses pengambilan keputusan pembelian yaitu :

1. Tahap Pengenalan Kebutuhan.

Pembeli akan merasakan keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan.

2. Tahap Pencarian Informasi.

Pembeli akan melakukan pencarian informasi terkait dengan produk yang diinginkannya dari berbagai sumber.

3. Pengevaluasian Alternatif.

Pembeli akan memproses informasi yang telah dicari dan membuat keputusan akhir mengenai produknya.

4. Keputusan Pembelian.

Pembeli akan melakukan proses pembelian produk.

5. Perilaku setelah Pembelian.

Pembeli akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan terkait produk yang dibeli.

2.2 Peneliti Pendahulu

Dikutip dari penelitian terdahulu yang sudah diriset oleh peneliti dengan variabel kepuasan pembelian, motivasi, keterampilan, dan perilaku.

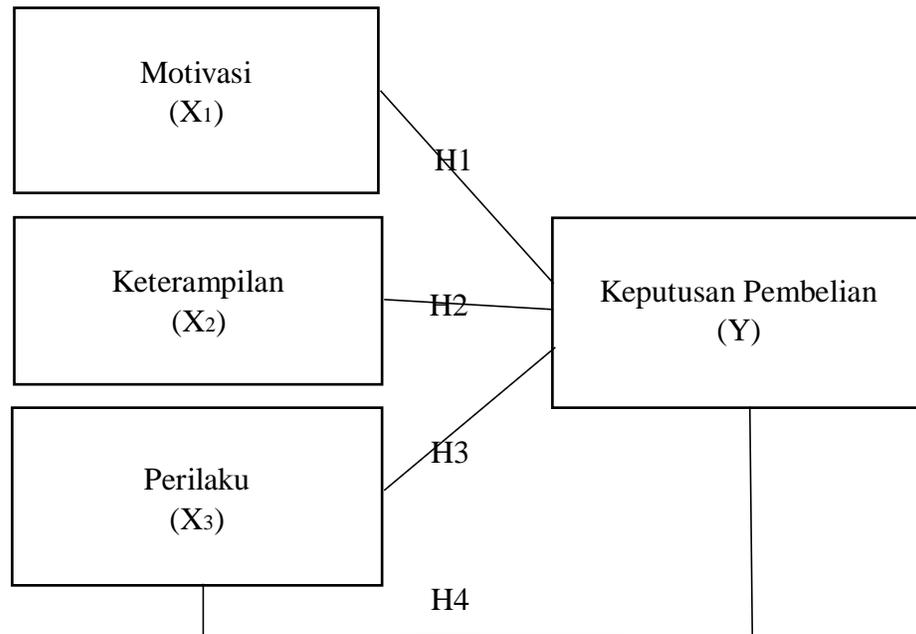
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Fanni Banyai & Agnes Zsila, 2020).	<i>Carrer as a Proffesional Gamer: Gaming Motives as Predictors of Carrer Plans to Become a Proffesional Esport Player.</i>	Kuesioner	<i>Motivation</i> berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
2	(Samuel Garcia Lanzo & Andres Chamarro, 2018).	<i>Basic Psychological needs, Passion and Motivations in Amateur and Semi-Proffesional Esport Players.</i>	Kuesioner	<i>Motivation</i> berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
3	(Adam J.Toth, Niall Ramsbottom, Alain	<i>The Effect of Expertise , Training and Neuros-</i>	Observasi	<i>Skill/</i> Keterampilan

	Millet, Christophe Constantin, & Mark J. Campbell, 2020).	<i>Timulation on Sensory Motor Skill in Esport.</i>		berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
4	(Thorkild Hanghøj, Runev Kristian Lundedal Nielsen, 2019).	<i>Esport Skills are People Skills.</i>	Observasi dan Wawancara.	<i>Skill/ Keterampilan</i> berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
5	(Sonam Adinolf, & Selen Turkey, 2018).	<i>Toxic Behaviors in Esports Games: Player Perceptions and Coping Strategies.</i>	Wawancara.	Perilaku berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
6	(Akira Matsui, Anna Sapienza, & Emilio Ferrara, 2019).	<i>Does Steaming Esports Affect Player Behavior and Performance?</i>	Observasi.	Perilaku berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.
7	(Terra Saptina Maulani, & Rizki Aditya Pratama, 2019).	<i>The Gaming Community's Perspective of Celebrity Endorsement and Product Quality, It's Impact on Puchase Decision.</i>	Kuesioner	Keputusan pembelian berpengaruh terhadap anak muda pada e-Sport.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam Penelitian ini dapat dilihat pengaruh terhadap pembelian anak muda kedalam *e-Sport* adalah untuk memotivasi anak muda lainnya bahwa *e-Sport* bukan hanya sekadar bermain, tetapi juga bisa menghasilkan uang, dan lain-lain. Perilaku juga tidak kalah penting, perilaku menjadi salah satu pertimbangan utama jika ingin masuk ke dunia *e-Sport*. Perilaku negatif seperti berkata kasar dan pelecehan dapat menjadi penghalang bagi pemain untuk mencapai performa yang bagus.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dijabarkan berdasarkan kerangka berpikir diatas, diantaranya :

H₁: Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

H₂: Keterampilan berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

H₃: Perilaku berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

H₄: Motivasi, keterampilan, dan perilaku berpengaruh terhadap keputusan pembelian anak muda pada *e-Sport*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017: 11) penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti sampel atau populasi. Cara pengambilan data menggunakan metode penelitian untuk memandu hipotesis yang telah diterapkan.

Penelitian Survey menurut (Sugiyono, 2017: 48) merupakan suatu penelitian kuantitatif yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang berlangsung pada masa saat ini, perilaku, pendapat, dan hubungan variabel yang teknik pengambilan data (kuesioner) yang tidak meluas dan hasilnya untuk penyamarataan.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian orisinalitas. Penelitian yang dilakukan dengan mengadopsi variabel, indikator, objek penelitian, atau alat analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kota Tanjungpinang.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini dilakukan pada bulan September 2021 sampai dengan Februari 2022.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi penelitian menurut (Sugiyono, 2017: 136) adalah kawasan yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah responden kuesioner yang bersangkutan dengan game maupun *e-Sport*.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Penentuan besar sampel menurut (Sugiyono, 2017: 81) adalah sebagian dari jumlah populasi yang diteliti. Penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebagian dari seluruh responden yang mengisi kuesioner secara online. Teknik penentuan besar sampel dapat menggunakan rumus berikut.

$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

Rumus 3.1 Penentuan Besar Sampel

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai 1,96 untuk simpangan kurva normal sebesar 5%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = *Error* 10%

Penentuan besar sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100

Dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling menurut (Sugiyono, 2017: 81) adalah metode pemungutan sampel. Penelitian ini memakai metode *Simple Random Sampling* yang menurut (Sugiyono, 2017: 82) merupakan pengumpulan sampel yang diadakan secara acak dan tidak memandang tingkatan dalam populasi.

3.5 Sumber Data

Sumber data menurut (Sugiyono, 2017: 10) terbagi menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara, kuesioner, dan observasi yang dibagikan kepada responden dan mewakili seluruh populasi. Data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner secara online.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, skripsi, buku, dan situs di internet.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2017: 224) metode yang bermakna pada penelitian, karena mengumpulkan data dalam penelitian ini dilakukan tanpa memahami teknik pengumpulan data. Sehingga, data yang dikumpulkan tidak dapat melengkapi standar yang sudah ditetapkan. Metode pengumpulan data dalam

penelitian ini adalah dengan dilakukannya penyebaran kuesioner secara daring melalui *discord*, *instagram*, dan *whatsapp*.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel menurut (Sugiyono, 2017: 39) adalah Objek, faktor, nilai dari responden yang harus diteliti oleh peneliti untuk memecahkan masalah dan diambil kesimpulannya. Operasional variabel dalam penelitian ini yaitu Motivasi (X1), Keterampilan (X2), Perilaku (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Ada 2 macam variabel dalam penelitian ini yaitu :

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen menurut (Sugiyono, 2017: 39) adalah variabel yang dipengaruhi oleh perubahan atau karena adanya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Motivasi (X1), Keterampilan (X2), dan Perilaku (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen menurut (Sugiyono, 2017: 39) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Motivasi (X ₁)	Motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu (Purwanto, 2017: 60).	1. Kerja Keras. 2. Orientasi Masa Depan. 3. Cita-Cita Yang Tinggi. 4. Orientasi Sasaran.	Likert

		5. Usaha Untuk Maju. 6. Ketekunan.	
Keterampilan (X ₂)	Keterampilan digunakan oleh seseorang untuk melakukan suatu kegiatan tertentu dan memberikan hasil yang maksimal (Karyoto, 2016: 21).	1. Keterampilan dasar (Basic Literacy Skill). 2. Keterampilan Teknis (Technical Skill) 3. Keterampilan Interpersonal (Interpersonal Skill). 4. Penyelesaian Masalah (Problem Solving).	Likert
Perilaku (X ₃)	Perilaku dapat meningkatkan kinerja karena biasanya seseorang membawa sifat-sifat karakteristik individual. (Ahmad dan Nuning, 2021: 20)	1. Perilaku Verbal 2. Perilaku Non Verbal	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut adalah tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut (Tjiptono, 2016: 22)	1. Kebutuhan dan Keinginan akan Suatu Produk. 2. Kesesuaian Harga. 3. Keinginan Mencoba Berbagai Produk yang Bervariasi. 4. Kemantapan akan Kualitas Suatu Produk. 5. Bonus Akhir Tahun.	Likert

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Program

SPSS digunakan untuk mengelompokkan data antara variabel independen dan variabel dependen dari seluruh responden untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif menurut (Sugiyono, 2017: 137) adalah perangkaan yang digunakan untuk menganalisa data yang sudah dihimpun tanpa melakukan ketetapan yang berlangsung untuk umum.

Penelitian ini melakukan pemilahan total nilai responden yang selanjutnya, akan disusun untuk setiap pernyataannya. Responden akan diberikan pilihan yang dimana setiap pilihan memiliki nilai yang mendukung pernyataan atau tidak mendukung pernyataan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Hitung frekuensi jawaban setiap variabel dan jumlahkan, setelah itu membuat garis kontinum dengan rumus berikut.

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Rumus 3.2 Rumus
Garis Kontinum

Tabel 3.3 Kategori Skala

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	$4,21 < a \leq 5,00$
Setuju (S)	$3,41 < a \leq 4,20$
Netral (N)	$2,61 < a \leq 3,40$
Tidak Setuju (TS)	$1,81 < a \leq 2,60$
Sangat Tidak Setuju (STS)	$1,00 < a \leq 1,80$

Indeks Minimum = 1

Indeks Maksimum = 5

Interval = $(5-4) = 1$

Jarak Interval = $(5-1) : 5 = 0,8$

3.8.2 Uji Validitas

Uji Validitas menurut (Ghozali, 2016: 52) merupakan suatu cara untuk memeriksa apakah data yang diperoleh melalui kuesioner valid atau tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Data dapat dikatakan valid apabila r hitung $> r$ tabel atau signifikansi $< 0,05$. Begitu juga sebaliknya, data dapat dikatakan tidak valid apabila r hitung $< r$ tabel atau signifikansi $> 0,05$.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut (Dwi Priyanto, 2016: 154) digunakan untuk memeriksa apakah hasil dari data yang diperoleh konsisten atau tidak. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan program SPSS. Data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,06$. Begitu juga sebaliknya data dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $< 0,06$.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut (Ghozali, 2018: 137) digunakan untuk membagikan kejelasan persamaan regresi yang memperlihatkan kaitan antara signifikan dan representatif. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas.

3.8.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Ghozali, 2018: 161) adalah untuk memeriksa apakah apakah residual tersalur secara normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang dihitung menggunakan program spss. Jika standar Monte Carlo signifikan $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa residual tidak berjalan normal. Begitu juga sebaliknya, jika standar Monte Carlo signifikan $> 0,05$ dapat disimpulkan bahwa residual berjalan normal.

3.8.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Ghozali, 2018: 107) adalah untuk memeriksa apakah model regresi memiliki hubungan dengan variabel independen (variabel bebas). Variabel independen yang tidak terjadi hubungan dengan model regresi merupakan model regresi yang baik. Variabel yang memiliki hubungan dengan model regresi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan program spss.

Untuk mengetahui adanya multikolinearitas atau tidak, kita dapat mengukur menggunakan nilai *Tolerance* dan *variance inflation factor*. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai *variance inflation factor* ≥ 10 , maka nilai tersebut mengandung multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya, jika nilai *tolerance* berkisar antara 0,1

sampai dengan 1 atau nilai *variance inflation factor* ≤ 10 , maka nilai tersebut terbebas dari multikolinearitas.

3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2018: 137) adalah untuk memeriksa apakah terjadi perbedaan pada model regresi. Untuk mengetahui data yang diperoleh terbebas dari heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi > 0.05 . Begitu juga sebaliknya, apabila nilai signifikansi < 0.05 , maka variabel tersebut mengandung heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan program SPSS.

3.8.5 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda menurut (Sugiyono, 2017: 275) adalah regresi linier yang digunakan untuk memprediksi kondisi variabel dependen dan melibatkan dua variabel independen bahkan lebih. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk memahami dampak motivasi (X1), keterampilan (X2), perilaku (X3), dan keputusan Pembelian (Y). Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dihitung menggunakan program sps.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X₁ = Motivasi

X₂ = Keterampilan

X_3 = Perilaku

e = *Error*

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menurut (Sugiyono, 2017: 105) adalah kesimpulan dari tanggapan sementara terkait masalah yang dilakukan untuk menjelaskan penelitian berikutnya.

3.9.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi menurut (Ghozali, 2016: 95) untuk menilai suatu model regresi dengan menggunakan nilai *Adjusted R²*. Nilai pada *Adjusted R²* dapat mengalami kenaikan atau menurun apabila ditambahkan suatu variabel independen kedalam model. Nilai pada *adjusted R²* adalah R^2 berada didalam jangkauan antara nol dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

3.9.2 Uji t

Uji t menurut (Ghozali, 2016: 97) adalah uji pengaruh secara parsial untuk memahami seberapa jauh parsial antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi < 0,05 dan apabila nilai signifikansi > 0,05 maka variabel dikatakan tidak berpengaruh signifikan.

3.9.3 Uji F

Uji F menurut (Ghozali, 2016: 97) digunakan untuk mengetahui kelayakan variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Uji F dikatakan layak apabila nilai signifikansinya < 5% atau 0,05. Begitu juga sebaliknya, dikatakan tidak layak apabila nilai signifikansinya > 5% atau 0,05.