

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA *VIRTUAL ITEM*, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN *PLAYERS*

## (Studi Kasus *Game Online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun)

Firaneda Citra Bellina  
*firanedacitrabell@gmail.com*  
Sulityo Budi Utomo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to analyze and find out the effect of product quality, virtual item price, and brand image on the players' satisfaction with the player of Bang Bang of Mobile Legends game online in Madiun. Furthermore, the population was students of SMK who had played Mobile Legends game online with the player of Bang Bang in Madiun with infinity amounts. The research was quantitative. The data collection technique used non-probability sampling. In line with that, there were 100 respondents of students SMKN 1 Madiun who had played Mobile Legends game online with the player of Bang Bang. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed online through Google Forms by the vice principal of SMKN 1 Madiun. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regressions. The result showed that the product quality had a positive and significant effect on the players' satisfaction with the player of Bang Bang of Mobile Legends game online in Madiun. Likewise, the price of virtual items had a positive and significant effect on the players' satisfaction with the player of Bang Bang of Mobile Legends game online in Madiun. Similarly, the brand image had a positive and significant effect on the players' satisfaction with the player of Bang Bang of Mobile Legends game online in Madiun. In suggestion, for the next researcher, used other variables which not included in this research.*

*Keywords: Product Quality, Item Virtual Price, Brand Image, Player Satisfaction*

### ABSTRAK

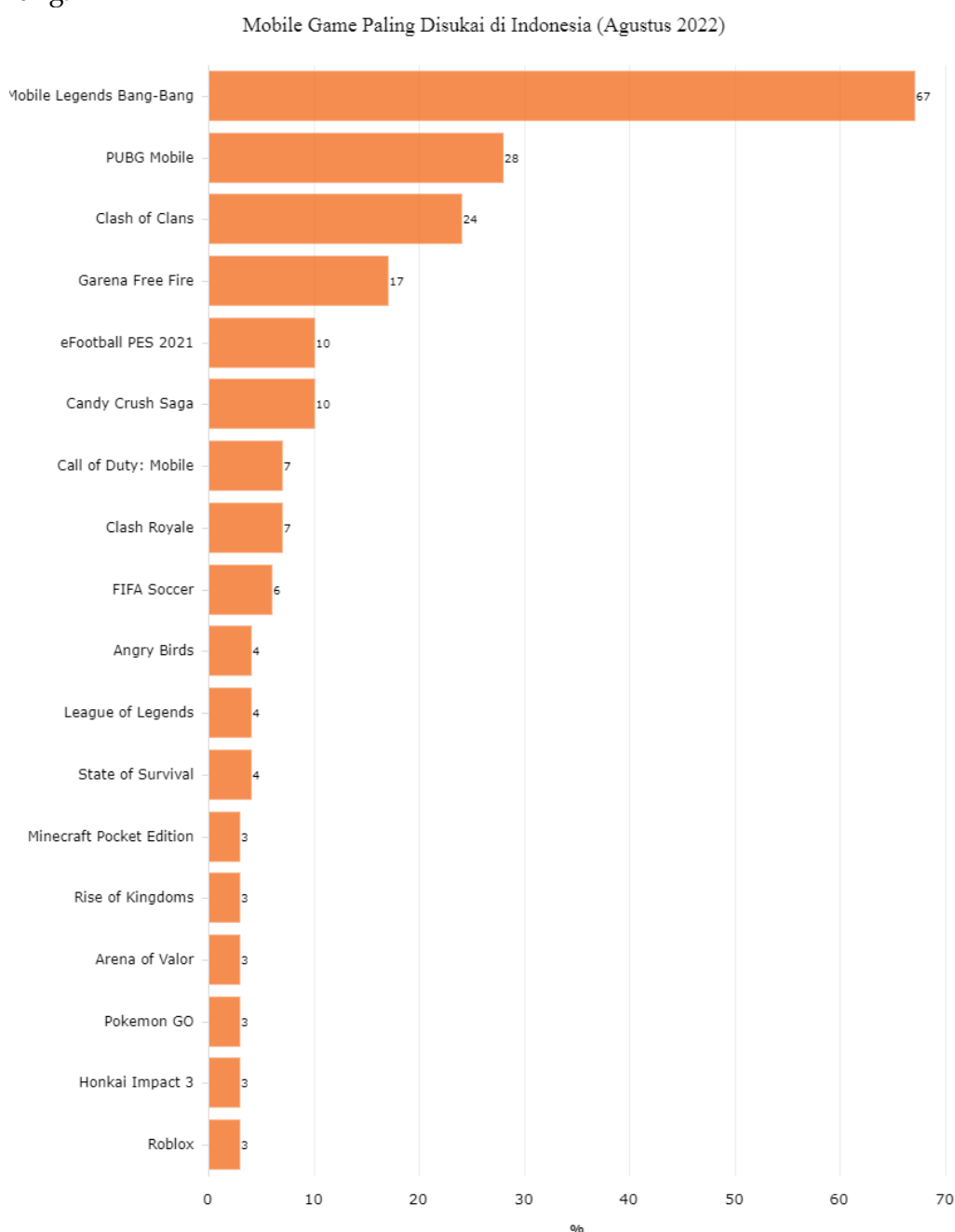
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga *virtual item*, dan citra merek terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah siswa dan siswi SMK yang memainkan *game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun yang memiliki jumlah yang tidak terbatas (*infinite*). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Anggota sampel sebanyak 100 responden yang merupakan siswa dan siswi SMKN 1 Madiun yang bermain *game online Mobile Legends: Bang Bang*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner secara *online* dengan *google form* dan didistribusikan melalui wakil kepala sekolah SMKN 1 Madiun. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Sejalan dengan harga *virtual item* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Demikian juga dengan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang belum ada pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga *Virtual Item*, Citra Merek, Kepuasan *Players*

### PENDAHULUAN

Perkembangan era industri 4.0 yang semakin pesat dalam bidang teknologi telah banyak memberikan dampak bagi kehidupan manusia. Pengetahuan teknologi diterapkan pada internet dan dikembangkan oleh manusia dengan ide-ide kreatif dan inovatif. Pengembangan internet yang dilakukan oleh manusia memiliki beberapa jenis salah satunya adalah dunia

hiburan seperti permainan yang dapat dimainkan dengan menggunakan koneksi internet melalui jaringan seluler atau *wi-fi* untuk menyambungkan koneksi *game* yang dinamakan *game online*. Perkembangan *game online* terjadi pada abad 20 dan *game online* juga mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia sendiri *game online* pertama kali muncul pada bulan Maret 2001 dengan diluncurkannya *Nexian Online* yang merupakan permainan jenis *Role Playing Game (RPG)* keluaran *BolehGame* dengan grafik sederhana berbasis 2D. *Nexian Online* menjadi landasan berkembangnya *game online* di Indonesia. Hal ini terlihat dari munculnya *game online* seperti *Redmoon*, *Laghaim*, *Ragnarok Online*, *Gunbound*, *Dota Online*, *Point Blank*, *PUBG*, *Counter Strike*, *Stronghold Crusader*. Kemudian pada tahun 2010 - 2022 *game online* semakin berkembang dengan munculnya *game online* yang dapat dimainkan melalui ponsel. Salah satu *game online* yang paling populer saat ini adalah *Mobile Legends: Bang Bang*.



**Gambar 1**  
**Mobile Game Paling Disukai di Indonesia Tahun 2022**  
 Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan survei digital tSurvey.id yang dilakukan oleh Telkomsel Mobile Legends: Bang Bang merupakan *mobile game* yang paling banyak disukai di Indonesia dengan proporsi 67% responden. Survei tersebut dilakukan terhadap 2.000 responden di Indonesia melalui fitur *audience profiler* dari tSurvey.id. Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase hampir 75%. Kebanyakan responden berstatus pelajar, mahasiswa, dan orang dewasa yang bekerja dengan persentase 86%. Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) merupakan *game multiplayer online battle arena* yang dapat dimainkan oleh 10 pemain yang terbagi menjadi 2 tim dengan 5 pemain dalam masing-masing tim, *game* ini dikembangkan oleh *developer video game* Moonton dan pertama kali diluncurkan pada tahun 2016. Fenomena Mobile Legends: Bang Bang juga terjadi di Kota Madiun, hal ini dapat dilihat dari banyaknya turnamen Mobile Legends: Bang Bang yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah, pelaku bisnis, dan komunitas, hingga sekolah dan perguruan tinggi.

Kepopuleran Mobile Legends: Bang Bang tak terlepas dari beberapa faktor yang membuat *players* merasa puas, seperti kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk durabilitas, keakuratan, reliabilitas, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan produk sekaligus atribut produk. Kemudian harga *virtual item* yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Citra baik yang ditampilkan oleh sebuah produk juga menjadi hal penting. Menurut Tjiptono (2015:49) citra merek merupakan gambaran hubungan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.

Mobile Legends: Bang Bang juga memiliki masalah pada faktor-faktor tersebut, seperti (1) Masalah yang dialami Mobile Legends: Bang Bang terkait dengan kualitas produk yang mengalami penurunan pada beberapa fitur yang ada. (2) Harga *virtual item* yang meningkat menyebabkan munculnya penjualan *diamond* ilegal yang merupakan uang *virtual* yang digunakan dalam pembelian *virtual item* dalam *game* ini, *diamond* ilegal memiliki harga jauh lebih murah dibanding dengan *diamond legal*. (3) Fenomena *trash talking* yang dilakukan oleh *players* menimbulkan citra buruk pada Mobile Legends: Bang Bang. Hal-hal tersebut dapat memicu terjadinya menurunnya kepuasan *players* dari *game online* Mobile Legends: Bang Bang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahira *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian Mariansyah dan Syarif (2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Suhardi *et al.* (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Kurniawati *et al.* (2019) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Andrian dan Fadillah (2021) citra merek memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, Kurniawati *et al.* (2019) menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya: (1) Apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun?, (2) Apakah variabel harga *virtual item* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun?, (3) Apakah variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun?. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun, (2) Untuk mengetahui pengaruh harga *virtual item* terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota

Madiun, (3) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan *players* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun.

## TINJAUAN TEORITIS

### Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:179) perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa teori perilaku konsumen merupakan studi mengenai cara individu dalam hal ini konsumen dalam membeli, memilih, dan menggunakan ide, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019:76) kepuasan pelanggan menggambarkan keadaan dimana pelanggan memiliki perasaan senang bahwa ekspektasi dan keinginannya dipenuhi oleh penyedia jasa. Kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan utama bagi perusahaan karena dengan banyaknya bisnis sejenis yang bermunculan akan sangat mudah untuk pelanggan berpaling pada pesaing jika ekspektasi dan harapan tidak terpenuhi. Pelanggan yang merasa puas akan memberikan dampak positif bagi keberlanjutan perusahaan tersebut.

### Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator, yaitu: (a) Pengalaman, artinya suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan. (b) Harapan pelanggan, artinya kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan. (3) Kebutuhan, artinya kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan.

### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai lainnya. Kualitas produk yang baik dapat menarik konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan dan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.

### Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk menganalisa karakteristik suatu produk. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:134) menyatakan indikator kualitas produk adalah sebagai berikut: (a) *Performance* (kinerja) merupakan karakteristik operasi dasar dalam sebuah produk. (b) *Features* (fitur), merupakan atribut produk yang dirancang untuk meningkatkan fungsi produk atau meningkatkan ketertarikan pelanggan. (c) *Reliability* (realibilitas), probabilitas bahwa produk akan berfungsi dengan baik atau tidak dalam jangka waktu tertentu. (d) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar produk memenuhi spesifikasi tertentu pelanggan atau tidak ada cacat pada produk. (e) *Durability* (daya tahan) merupakan waktu atau umur yang dibutuhkan sebuah produk untuk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. (f) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan. (g) *Aesthetics* (estetika), merupakan daya tarik produk terhadap panca indera. (h) *Perceived quality* (kesan kualitas), merupakan akibat dari pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena pelanggan mungkin tidak memahami atau tidak memiliki informasi yang cukup tentang produk yang bersangkutan.

## Harga

Menurut Lovelock dan Wirtz (dalam Sutrisno dan Darmawan, 2022:4) harga merupakan sebagai apa yang sebenarnya dibayar pelanggan sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan. Mengetahui seberapa nilai harga, bisnis dapat memprediksi dan memahami perilaku pelanggan dan menentukan nilai kepuasan pelanggan dari harga tersebut.

## Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278) indikator harga adalah sebagai berikut: (a) Keterjangkauan harga, dimana pelanggan dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan karena terdapat beberapa produk yang sama dengan merek yang berbeda dan harga yang ditetapkan juga berbeda pada setiap perusahaan. (b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, dimana pelanggan terkadang memilih produk dengan kualitas yang baik meskipun harga yang ditetapkan lebih tinggi dibanding produk yang sama dari merek lain. (c) Produk memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis, dimana pelanggan sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.

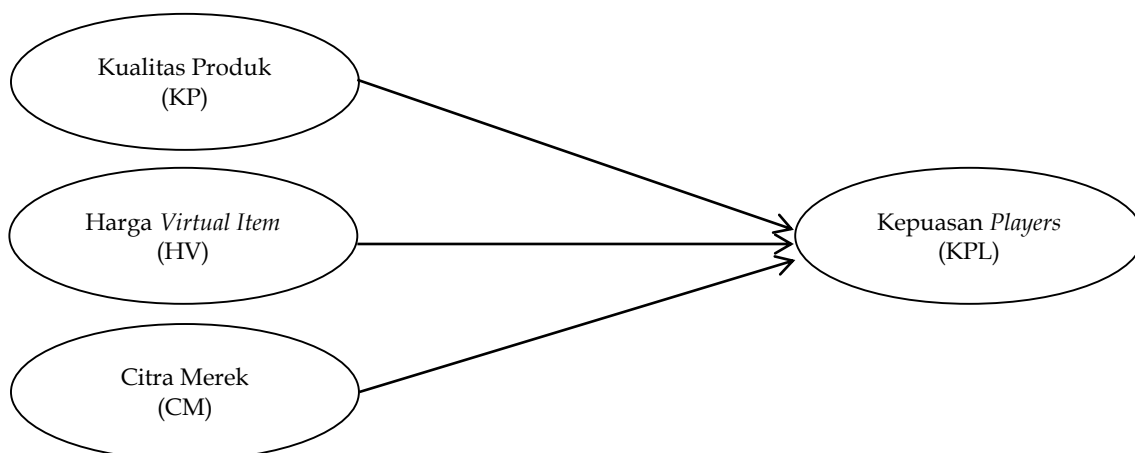
## Citra Merek

Menurut Firmansyah (2019:60) citra merek (*brand image*) merupakan suatu persepsi yang muncul di benak pelanggan ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Pengembangan sebuah merek untuk dapat melekat di benak pelanggan sangat penting agar produk tersebut dikenali dengan reputasi yang memiliki kredibilitas yang dapat memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan pengalaman atau kesan saat mengenali citra merek tersebut.

## Indikator Citra Merek

Menurut Plummer (dalam Ratri 2007:54) citra merek memiliki beberapa indikator sebagai berikut: (a) Atribut produk (*product attribute*), merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut sendiri, seperti kemasan, rasa, harga, dan lain-lain. (b) Keuntungan konsumen (*consumer benefits*), merupakan kegunaan produk dari merek tersebut. (c) Kepribadian merek (*brand personality*), merupakan asosiasi yang mengenai kepribadian sebuah merek apabila merek tersebut adalah manusia.

## Rerangka Konseptual



Gambar 2  
Rerangka Konseptual

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan *Players***

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan karena tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahira *et al.* (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi juga kepuasan pelanggan. H<sub>1</sub>: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun.

### **Pengaruh Harga *Virtual Item* Terhadap Kepuasan *Players***

Harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran untuk menunjukkan nilai pada suatu produk dan dapat menentukan probabilitas pada suatu produk. Harga menjadi tolak ukur untuk memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Rahiem dan Fitrananda (2021:103) *virtual item* adalah benda atau uang nonfisik yang digunakan oleh komunitas *game online* atau *players*. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhardi *et al.* (2022) dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi)” menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga mewakili suatu nilai yang ada di suatu produk atau jasa. H<sub>2</sub>: Harga *virtual item* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun.

### **Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan *Players***

Citra merek merupakan hal yang penting untuk pelanggan dalam menentukan pilihan dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Dari sisi pelanggan citra merek menjadi alat bantu dalam mengenali, mengingat, dan menilai kategori produk tertentu. Sejalan dengan penelitian Andrian dan Fadillah (2021) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia” menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. H<sub>3</sub>: Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:8) Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antar variabel independen kualitas produk (KP), harga *virtual item* (HV), citra merek (CM) terhadap variabel dependen kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun*.

### **Gambaran dari Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi siswa dan siswi tingkat SLTA di Kota Madiun yang memainkan *game online Mobile Legends: Bang Bang*. Populasi bersifat *infinite* karena jumlahnya tidak diketahui.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dan dijadikan sebagai sumber data yang akurat dalam penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dimana tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dengan pertimbangan tertentu untuk memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan memperoleh sampel sebesar 94,81 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data kuesioner yang akan ditampung dengan menggunakan *Google Form* secara *online*. Pengumpulan data dilakukan setelah mendapatkan izin terlebih dahulu dari pihak sekolah untuk pendistribusian kuesioner kepada siswa dan siswi SMKN 1 Madiun. Pendistribusian kuesioner dilakukan melalui *Whatsapp group* kelas dan individu, dimana peneliti menyediakan pernyataan-pernyataan dari indikator terkait dengan variabel yang digunakan.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel**

Variabel menurut Sugiyono (2017:63) merupakan segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek, dan satu variabel dependen yaitu kepuasan *players*.

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### **Kualitas Produk**

Kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kualitas dari produk *game online* Mobile Legends: Bang Bang yang merujuk pada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dan keseluruhan kepuasan pemain pada *game online* tersebut, kualitas produk dalam *game online* dapat dilihat dari grafis dan *design* yang ditampilkan, kinerja produk dimana *game* tersebut harus berjalan dengan lancar tanpa adanya *lag* atau gangguan, tersedianya *server* yang baik untuk memastikan stabilitas dan koneksi yang baik saat bermain, beragamnya mode permainan dan tingkat kesulitan untuk mempertahankan minat pemain, fitur - fitur yang lengkap dan inovatif untuk meningkatkan pengalaman bermain, sistem kontrol yang responsif, keseimbangan antara elemen dalam *game*, perlindungan terhadap tindakan curang dan *hacking*, sistem perlindungan data pemain, fasilitas komunikasi dalam *game* yang memungkinkan pemain berinteraksi satu sama lain dengan baik, pembaharuan reguler untuk meningkatkan kinerja *game* dan memperbaiki *bug*, serta pemeliharaan rutin yang dilakukan *developer* untuk memastikan kinerja dan juga keamanan pada *game*.

##### **Harga Virtual Item**

Harga *virtual item* merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah *game online* untuk menciptakan kepuasan *players*. *Players* akan merasa senang dan puas apabila mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga rendah. Pada *game online* Mobile Legends: Bang Bang, terdapat beberapa *virtual item* yang memiliki harga yang rendah namun tidak mengabaikan kualitas dari produk tersebut. Mobile Legends: Bang Bang juga seringkali memberikan promo dan benefit gratis untuk *players* dalam *event - event* yang diselenggarakan. Produk *virtual* yang ditawarkan meliputi mata uang *virtual* berupa *diamond*, karakter pada *game* atau *hero*, *battle*

*emote, starlight member, event kolaborasi, dan item - item virtual lainnya yang menambah estetika pada game tersebut.*

### **Citra Merek**

Citra merek dalam penelitian ini didefinisikan sebagai citra dari produk *game online* Mobile Legends: Bang Bang yang menunjukkan persepsi atau gambaran yang dimiliki pengguna terhadap suatu produk, merek, atau perusahaan. Citra yang dimiliki dalam sebuah *game online* merupakan hal yang sangat penting untuk seorang *players* menentukan *game online* yang akan dimainkannya. Mobile Legends: Bang Bang melalui turnamen-turnamen yang diselenggarakan setiap tahunnya mampu membangun citra baik dimata *players* dimana dalam turnamen tersebut menampilkan bahwa Mobile Legends: Bang Bang selalu memiliki tantangan baru melalui *update patch* yang terus dilakukan, hal ini dapat dilihat dari selalu terciptanya META (*Most Effective Tactics Available*) baru yang dilakukan *professional players* yang mengikuti turnamen tersebut.

### **Kepuasan Players**

Kepuasan pelanggan menggambarkan keadaan dimana pelanggan memiliki perasaan senang bahwa ekspektasi dan keinginannya dipenuhi oleh penyedia jasa. Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan dalam konteks *game online* merujuk pada tingkat kepuasan pengguna yang bermain *game* atau dalam penelitian ini pengguna *game online* disebut dengan *players* di lingkungan daring. Hal tersebut melibatkan pengalaman pemain, kualitas permainan, dan dukungan pelanggan yang memengaruhi kesenangan dan kepuasan pengguna dalam bermain *game online*.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Instrumen**

##### **Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2016:52) uji validitas digunakan sebagai pengukuran sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika tingkat signifikansinya  $> 0,05$  maka data tersebut dinyatakan tidak valid, namun jika tingkat signifikansinya  $\leq 0,05$  maka data tersebut dinyatakan valid.

##### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menurut Ghozali (2016:47) digunakan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden dengan menggunakan pertanyaan yang diberikan. Prinsip dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas dalam penelitian ini memiliki kriteria apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  maka pernyataan dapat dikatakan reliabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  maka pernyataan dapat dikatakan tidak reliabel.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda bertujuan mengukur variabel yang melibatkan dua variabel atau lebih variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur variabel yang digunakan yaitu kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang secara sistematis. Persamaan yang dapat ditunjukkan dalam analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$KPL = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 HV + \beta_3 CM + e$$

Keterangan:

- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien Regresi
- KPL : Kepuasan *Players*

KP : Kualitas Produk  
HV : Harga *Virtual Item*  
CM : Citra Merek  
e : *error*

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui variabel-variabel dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut yang dipaparkan oleh Ghozali (2016:156) apabila titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka pola distribusi dapat dikatakan normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Menurut Ghozali (2018:107) prinsip-prinsip pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas adalah apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dapat di nilai bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel pada variabel independen yaitu kualitas produk, harga *virtual item*, dan citra merek.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Prinsip-prinsip terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas adalah apabila terdapat pola titik-titik yang membentuk pola melebar kemudian menyempit, bergelombang maka menunjukkan terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Kelayakan Model

##### Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan antar variabel kualitas produk (KP), harga *virtual item* (HV), citra merek (CM), kepuasan *players* (KPL). Uji F juga digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang dihasilkan dengan menggunakan  $\alpha$  sebesar 5% Prinsip uji F adalah apabila nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka uji yang dilakukan pada model ini layak digunakan pada penelitian.

##### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam mendeskripsikan kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek mampu menjabarkan variasi dari variabel dependen kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang*.

#### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2018:97) digunakan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Prinsip dasar yang digunakan dalam uji t yaitu jika nilai signifikansi < 0,05 maka secara parsial antara variabel independen (kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek) terhadap variabel dependen (kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang*) mempunyai pengaruh yang signifikan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen

#### Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas ditampilkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk (KP)	KP1	0,000	Valid
	KP2	0,000	Valid
	KP3	0,000	Valid
	KP4	0,000	Valid
	KP5	0,000	Valid
	KP6	0,000	Valid
	KP7	0,000	Valid
	KP8	0,279	Tidak Valid
Harga <i>Virtual Item</i> (HV)	HV1	0,000	Valid
	HV2	0,000	Valid
	HV3	0,000	Valid
Citra Merek (CM)	CM1	0,000	Valid
	CM2	0,000	Valid
	CM3	0,000	Valid
Kepuasan <i>Players</i> (KPL)	KPL1	0,000	Valid
	KPL2	0,000	Valid
	KPL3	0,000	Valid

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan dalam Tabel 1 menyatakan bahwa 7 item pernyataan KP1 hingga KP7 mengenai kualitas produk dinyatakan valid karena nilai signifikansinya  $\leq 0,05$ , sedangkan pernyataan item yang tidak valid dalam variabel kualitas produk terletak pada item pernyataan KP8. Dengan demikian untuk item pernyataan yang tidak valid dapat dihilangkan karena sudah terwakili oleh item pernyataan lain yang terdapat pada indikator. Kemudian hasil uji validitas pada seluruh item pernyataan yang terdapat pada variabel harga *virtual item*, citra merek, dan kepuasan *players* dinyatakan valid karena nilai signifikansinya  $\leq 0,05$ .

#### Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

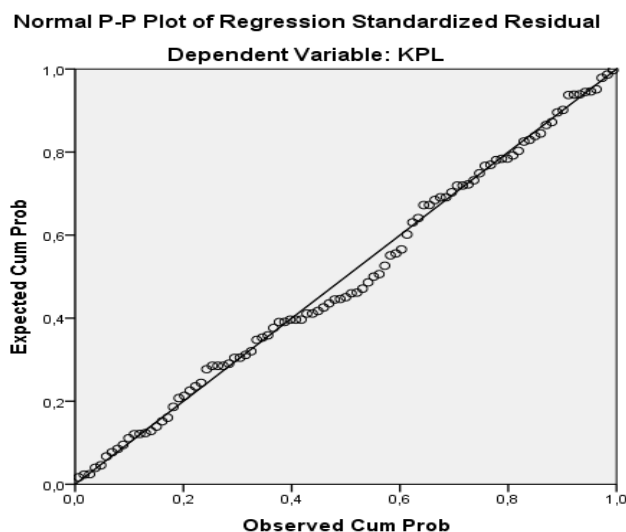
Indikator Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,677	Reliable
Harga <i>Virtual Item</i>	0,616	Reliable
Citra Merek	0,617	Reliable
Kepuasan <i>Players</i>	0,707	Reliable

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji reliabilitas pada variabel kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek, dan kepuasan *players* adalah reliabel dikarenakan masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha*  $> 0,6$  sehingga dapat digunakan pada penelitian ini.

## Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

### a. Metode Analisis Grafik



**Gambar 3**  
Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik P-Plot  
Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa titik residual menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil ini membuktikan bahwa pola data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

### b. Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

**Tabel 3**  
Hasil Uji Normalitas  
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil residual terdistribusi normal pada model regresi. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang memiliki nilai sebesar 0,200 atau  $> 0,05$ .

## Uji Multikolinieritas

**Tabel 4**  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Kualitas Produk	0,862	1,160	Bebas Multikolinieritas
Harga Virtual Item	0,926	1,080	Bebas Multikolinieritas
Citra Merek	0,836	1,196	Bebas Multikolinieritas

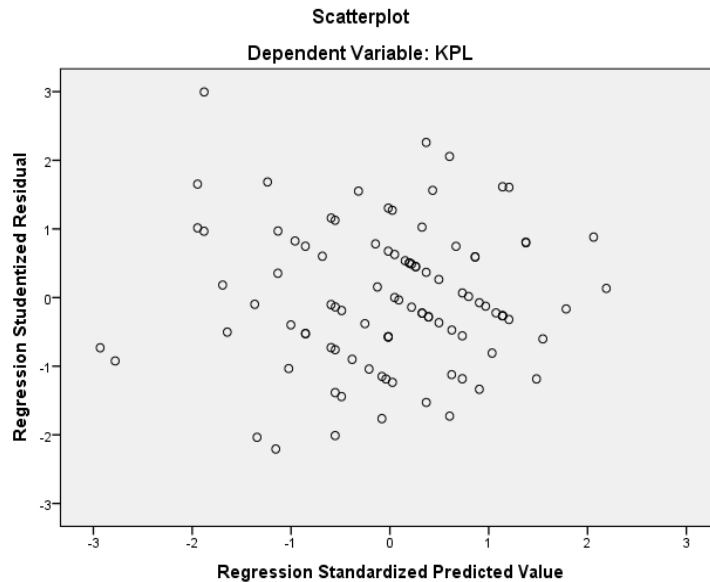
Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam Tabel 4 menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai *tolerance* 0,862 dan nilai *VIF* 1,160, variabel *harga virtual item* memiliki nilai *tolerance* 0,926 dan nilai *VIF* 1,080, sedangkan variabel citra merek memiliki nilai *tolerance* 0,836 dan nilai *VIF* 1,196. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk,

harga *virtual item*, dan citra merek dinyatakan bebas multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini disebabkan karena nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF <10, artinya tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatterplot*:



**Gambar 4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Sumber: Data primer, 2024 (diolah)**

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam Gambar 4 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot* membentuk pola titik-titik menyebar acak dan tidak ada pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas maupun di bawah sekitar 0. Hal ini menyatakan bahwa titik residual tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga hasil estimasi regresi linier berganda layak untuk digunakan.

**Hasil Uji Kelayakan Model**

**Uji F**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.023	3	54.341	20.831	.000 <sup>b</sup>
	Residual	242.606	93	2.609		
	Total	405.629	96			

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji f memiliki nilai tingkat signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  di mana nilai f hitung sebesar 20.831, artinya terdapat pengaruh pada model regresi dan layak untuk digunakan penelitian.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil dari uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,634	0,402	0,383	1,615

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) atau *R Square* pada Tabel 6 dengan nilai sebesar 0,402 atau 40,2%, artinya pengaruh kualitas produk, harga *virtual item*, citra merek terhadap kepuasan *players* adalah sebesar 40,2%, sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Variabel	T	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk	3.870	.000	Signifikan
Harga <i>Virtual item</i>	3.277	.001	Signifikan
Citra Merek	3.166	.002	Signifikan

Sumber: Data primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji t menggunakan signifikansi  $\alpha = 0,05$  atau 5% yang ditampilkan pada Tabel 7 dinyatakan signifikan karena setiap variabel memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$ . Analisa dari uji hipotesis adalah sebagai berikut: (a) Hipotesis 1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan t sebesar 3,870 artinya variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan *players*. Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. (b) Hipotesis 2: Harga *Virtual Item* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Hasil pengujian hipotesis menggunakan SPSS menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan t sebesar 3,277 artinya variabel harga *virtual item* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan *players*. Dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti harga *virtual item* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. (c) Hipotesis 3: Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , dan t sebesar 3,166 artinya variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan *players*. Dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk (KP) Terhadap Kepuasan *Players* (KPL)

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Madiun. Hal ini merujuk pada hasil dari uji regresi linier berganda yang bernilai positif yaitu sebesar 0,223 dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tingginya dan baiknya kualitas produk yang diberikan oleh *game online Mobile Legends: Bang Bang* dapat berpengaruh terhadap kepuasan *players game online Mobile Legends: Bang Bang*. Sehingga dengan terus meningkatkan kualitas produk *game online Mobile Legends: Bang Bang*, hal tersebut akan berdampak pula pada tingkat kepuasan yang

dirasakan oleh *players game online* Mobile Legends: Bang Bang. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahira *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Sehingga semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan, sehingga variabel kualitas produk memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga *Virtual Item* (HV) Terhadap Kepuasan *Players* (KPL)**

Berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga *virtual item* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun. Hal ini dapat dilihat pada hasil dari uji regresi linier berganda yang bernilai positif yaitu sebesar 0,308 dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terjangkau serta kesesuaian kualitas dengan harga yang ditawarkan oleh *game online* Mobile Legends: Bang Bang dapat berpengaruh terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang. Perbandingan harga antara *game online* Mobile Legends: Bang Bang dengan *game online* lainnya juga menjadi hal yang penting dalam menentukan kepuasan *players*. Sehingga dengan mengadakan *virtual item* yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang dibayarkan, maka hal tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan *players* terhadap *game online* Mobile Legends: Bang Bang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhardi *et al.* (2022) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Binasehat. Artinya harga mewakili suatu nilai yang ada di suatu produk ataupun jasa dan harga itu sendiri, pelanggan harus menerima agar bisa mendapatkan produk/jasa yang diinginkan.

### **Pengaruh Citra Merek (CM) Terhadap Kepuasan *Players* (KPL)**

Berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun. Hal ini merujuk pada hasil dari uji regresi linier berganda yang bernilai positif yaitu sebesar 0,307 dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang dimiliki oleh *game online* Mobile Legends: Bang Bang seperti logo yang mudah dikenali dan memiliki karakteristik yang unik dapat berpengaruh terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang. Sehingga dengan terus meningkatkan citra merek pada *game online* Mobile Legends: Bang Bang, hal tersebut akan berdampak pula pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh *players game online* Mobile Legends: Bang Bang. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrian dan Fadillah (2021) yang menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan AirAsia. Sehingga dapat diartikan bahwa citra merek yang dimiliki perusahaan sudah baik, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang terdapat pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: (a) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun. Artinya, apabila kualitas produk yang ditawarkan oleh *game online* Mobile Legends: Bang Bang semakin tinggi dan baik, maka hal tersebut dapat meningkatkan keinginan *players* untuk terus memainkan *game online* tersebut karena merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan. (b) Harga *virtual item* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players game online* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga *virtual item* yang ditawarkan, kualitas produk sesuai dengan harga yang dibayarkan, serta harga memiliki perbandingan dengan *game online*

lainnya, maka tingkat kepuasan *players* pada *game online* Mobile Legends: Bang Bang akan semakin tinggi. (c) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *players* *game online* Mobile Legends: Bang Bang di Kota Madiun. Artinya, semakin baik citra merek yang dimiliki oleh *game online* Mobile Legends: Bang Bang, maka akan dapat meningkatkan kepuasan *players* pada *game* tersebut.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut: (1) Disarankan untuk pihak *developer game online* Mobile Legends: Bang Bang untuk lebih dapat meningkatkan pelayanan, beberapa pelayanan yang harus ditingkatkan seperti menanggapi keluhan *players* dengan tindakan yang tepat secara *fast response* agar kepuasan *players* meningkat. (2) Disarankan untuk *developer game online* Mobile Legends: Bang Bang perlu mengadakan *virtual item* sesuai segmen pasar dengan memberikan variasi harga yang dapat dijangkau oleh semua *players*, terutama oleh pelajar yang merupakan responden dalam penelitian ini agar dapat meningkatkan kepuasan *players*. (3) Disarankan untuk *developer game online* Mobile Legends: Bang Bang untuk dapat meningkatkan citranya dalam memberikan keuntungan pada *players* dengan mengadakan *event-event* dan turnamen yang dapat diikuti oleh semua *players* dengan benefit yang dapat memberikan keuntungan untuk *players*. Kemudian memberikan hukuman yang lebih tegas lagi terkait dengan *trash talking* yang dilakukan oleh *players*. (4) Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambah atau menggunakan variabel lain dan melakukan penelitian dengan populasi yang lebih luas lagi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, W. dan A. Fadillah. 2021. Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 2(1): 53-60.
- Firmansyah, M. A. 2019. *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. CV.Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 8. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2016. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, T., B. Irawan, dan A. Prasodjo. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember (Analysis of The Influence of Service Quality , Price , and Brand Image on Customer Satisfaction of Pizza Hut Restaurant Jember Bra). *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi VI* (1): 147-151.
- Mahira, P. Hadi., dan H. Nastiti. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome 2(1):1267-1283.
- Mariansyah, A. dan A. Syarif. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01):1-14.
- Rahiem, V. A. dan C. A. Fitrananda. 2021. Persepsi Gamers tentang Aktivitas Microtransactions di Virtual Goods Marketplace Itemku.com. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 103-112.
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suhardi, Y., A. Burda, A. Darmawan, dan A. N. Klarisah. 2022. Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)* 31(02): 31-41.
- Sutrisno, R. I. dan D. Darmawan. 2022. Pengaruh Promosi Penjualan, Diservisifikasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan* 2(1):

1-12.

Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.