PENGARUH *INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *DIAMOND* PADA *GAME ONLINE* MOBILE LEGENDS: BANG BANG

TUGAS AKHIR SKRIPSI

FATHIR FAHREZI
43121010383

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *DIAMOND* PADA *GAME ONLINE* MOBILE LEGENDS: BANG BANG

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

FATHIR FAHREZI

43121010383

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2025

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathir Fahrezi

NIM : 43121010383

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan Plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Juni 2025



Fathir Fahrezi

NIM 43121010383

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: FATHIR FAHREZI
NIM	: 43121010383
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIAMOND PADA GAME ONLINE MOBILE LEGENDS: BANG-BANG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 January 2026
Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/17/0000000718/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Fathir Fahrezi
NIM	:	43121010383
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Pengalaman Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Diamond pada Game Online Mobile Legends: Bang-Bang

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Agustus 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Tafiprios, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0302106401

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-01265980

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa tercurahkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh *Influencer Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Pada Game Online Mobile Legends".

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Tafiprios, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Terima kasih kepada Dr. Tine Yuliantini, S.Par, MM, Selaku dosen metode penelitian yang telah memberikan waktu luang, banyak ilmu tentang metode penelitian, cara penulisan, dan memberikan saran atas penelitian.
5. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta, Ayah, Bunda, dan Syalwa yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, support secara moral maupun material yang diberikan selama ini.
6. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yaitu Richo dan Hadrian yang selalu sama-sama dalam apapun, Daffi dan juga teman-teman satu angkatanku Manajemen S1 FEB angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan Namanya

lib.mercubuana.ac.id

satu persatu.

7. Terima kasih kepada sahabat saya yaitu Dewa Apriliando Putra dan orang spesial dalam hidup saya yang selalu membantu menyemangati dalam penulisan penelitian ini yaitu Ami Rahma Darmanet.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berharap dari segala pihak bentuk saran dan kritik yang membangun semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Jakarta, 26 juni 2025

Fathir Fahrezi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fathir Fahrezi
NIM	: 43121010383
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh *Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth*, dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian *Diamond* pada *Game Online* Mobile Legends: Bang-Bang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (***Non-exclusive Royalty-Free Right***) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 9 September 2026

Yang menyatakan,



Fathir Fahrezi

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING , ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *DIAMOND* PADA *GAME ONLINE* MOBILE LEGENDS: BANG-BANG

FATHIR FAHREZI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Influencer marketing, Electronic Word of Mouth,* dan Pengalaman Pengguna terhadap Keputusan Pembelian terhadap pembelian diamond pada game online Mobile Legends. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel berjumlah 222 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth,* dan Pengalaman Pengguna terbukti berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai R-Square sebesar 0,284 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 28,4% variasi pada Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 71,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa meskipun ketiga variabel tersebut berperan, namun masih terdapat variabel eksternal lain yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen.

Kata Kunci : *Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth,* Pengalaman Pengguna, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF INFLUENCER MARKETING , ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND USER EXPERIENCE ON DIAMOND PURCHASE DECISION IN THE MOBILE LEGENDS: BANG-BANG MOBILE GAME

FATHIR FAHREZI

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Influencer marketing, Electronic Word of Mouth, and User Experience on Purchasing Decisions on diamond purchases in the online game Mobile Legends. This study is a type of quantitative research. The sampling method of this study uses a purposive sampling technique where the sample is 222 respondents. The data analysis tool used in this study is SEM-PLS. The results of the study indicate that Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth, and User Experience have a positive influence on Purchasing Decisions. The R-Square value of 0.284 indicates that the three independent variables are able to explain 28.4% of the variation in Purchasing Decisions, while the remaining 71.6% is influenced by other factors outside this study. This confirms that although these three variables play a role, there are still other external variables that are more dominant in influencing consumer decisions.

Keyword : Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth, User Experience, Purhase Decision

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Masalah 11
1.4 Kontribusi Penelitian 11
1.4.1 Kontribusi Praktis 11
1.4.2 Kontribusi Teoritis 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **13**
2.1 Kajian Pustaka 13
2.1.1 Manajemen Pemasaran 13
2.1.2 Perilaku Konsumen 14
2.1.3 Perilaku Konsumen Online 14
2.1.4 *Influencer Marketing* 15
2.1.5 *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) 19
2.1.6 Pengalaman Pengguna 22
2.1.7 Keputusan Pembelian 26
2.2 Penelitian Terdahulu 30
2.3 Pengembangan Hipotesis 34
2.3.1 Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian 35
2.3.2 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian 35
2.3.3 Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian 36
2.4 Kerangka Konseptual 37

BAB III METODE PENELITIAN **39**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 39
3.2 Desain Penelitian 39
3.3 Definisi dan Operasional Variabel 40
3.3.1 Definisi Variabel 40

lib.mercubuana.ac.id

3.3.2 Operasional Variabel 40
3.4 Skala Pengukuran Variabel 43
3.5 Populasi dan Sampel 44
3.5.1 Populasi 44
3.5.2 Sampel 44
3.6 Metode Pengumpulan Data 45
3.7 Metode Analisa Data 46
3.7.1 Analisis Deskriptif 46
3.7.2 Uji Instrumen 47
3.7.3 Analisi *Partial Least Square* 48

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN 53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 53
4.2 Statistik Deskriptif 54
4.2.1 Karakteristik Responden 54
4.2.2 Deskripsi Variabel 58
4.3 Hasil Uji 63
4.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 63
4.3.2 Model Struktural (*Inner Model*) 70
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 73
4.4.1 Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian 73
4.4.2 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian 75
4.4.3 Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Keputusan Pembelian 76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 77

DAFTAR PUSTAKA 81
LAMPIRAN 87

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel **Judul** **Halaman**

Tabel 1.1 Data Pengguna/Pemain Mobile Legends 2
Tabel 1.2 Pendapatan Mobile Legends di Indonesia 3
Tabel 1.3 Pra-survei 7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 30
Tabel 3.1 Operasional Variabel..... 41
Tabel 3.2 Skala Likert 44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain 58
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Variabel Influencer Marketing (X1)..... 58
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth (X2) 59
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Pengalaman Pengguna (X3)..... 60
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... 61
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity 63
Tabel 4.11 Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading) 66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE..... 68
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha 69
Tabel 4.14 Nilai R-Square (R^2)..... 70
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Q-Square (Q^2)..... 71
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis 71

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Judul** **Halaman**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 38
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS 65
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping..... 72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Judul** **Halaman**

Lampiran 1 : Kuesioner Identitas Responden 87
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner 94
Lampiran 3 : Hasil Deskriptif Variabel 117
Lampiran 4 : Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Mode*) 119
Lampiran 5 : Hasil Model Struktural (*Inner Model*) 124

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id