

Pengaruh Harga dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual pada *Game Online Mobile Legends* di Samarinda

Sidiq Akbar Ramadhani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,

[E-mail: sidiqakbar23@gmail.com](mailto:sidiqakbar23@gmail.com)

Abstrak

Mobile Legends merupakan salah satu *game online* yang memiliki produk *virtual diamond*, *skin hero* dan produk *virtual* lainnya yang merupakan produk *real* yang dapat dirasakan manfaatnya dan dapat diterima secara logika, sehingga pemain Mobile Legends harus membayar dengan uang atau biasa disebut *top up*, dengan aktivitas pembelian produk. *Virtual Mobile legends* memberikan harga yang bervariasi dan kemudahan untuk pembelian yang mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Signifikan Harga (X1) dan Kemudahan Bertransaksi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *virtual* pada *game online* Mobile Legends. Subyek penelitian ini adalah masyarakat di Samarinda dengan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria diatas 17 tahun dan pernah membeli produk *virtual*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kenyamanan bertransaksi terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel harga dan kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dapat dipastikan harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk virtual pada game online Mobile Legends di Samarinda, sehingga diharapkan developer dapat mengadakan event diskon dengan waktu dan prosedur transaksi yang cukup mulai dari tampilan dan transaksi. tahap hingga selesai.

Kata Kunci: Harga; Kemudahan Bertransaksi; Keputusan Pembelian; Produk *Virtual*;

Pendahuluan

Game online didefinisikan sebagai game yang dimainkan dengan menggunakan komputer dan konsol game yang terhubung dengan perangkat internet yang akan menghubungkan pemain lain diseluruh dunia. Kepopuleran game online dan jumlah pemainnya yang semakin meningkat setiap harinya menjadikan game online industri bisnis yang menjanjikan. Pasar game global saat ini menghasilkan pendapatan sebesar \$152,1 miliar pada tahun 2019 dan diperkirakan akan terus meningkat sampai tahun 2022 (Wijman, 2019).

Pada *game online* Mobile Legend terdapat produk virtual yang dapat dibeli pemain. Produk virtual merupakan suatu barang maupun uang yang tidak memiliki bentuk fisik yang didapatkan dengan cara membeli barang tersebut dengan menggunakan uang sungguhan dan kemudian barang maupun uang non-fisik tersebut dimanfaatkan di dalam *game online* (Karunia & Lunardy, 2016).

Dalam pembelian ada harga yang perlu dibayarkan pada pembelian online atau *top up*, harga merupakan merupakan suatu unsur dalam bauran pemasaran yang dapat memberikan pendapatan dan dapat diartikan dengan pendapatan perusahaan dari produk atau jasa yang dijual dengan membebaskan sejumlah uang kepada konsumen (Fandy & Chandra, 2016).

Adanya pemain *game online* yang melakukan pembelian produk virtual maka Mobile Legends memberikan kemudahan dalam transaksi. Kemudahan transaksi merupakan keefektifan dan keefisienan yang dirasakan pembeli dalam suatu transaksi terhadap produk yang dibelinya dengan melalui tahapan-tahapan yang mudah (Ardyanto *et. al.*, 2015), maka dari itu harga dan kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor terjadinya keputusan pembelian, keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen akan benar-benar membeli produk atau jasa yang diinginkan (Kotler & Armstrong, 2018).

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian dilakukan Nasution (2018) memberi pernyataan dari hasil penelitiannya bahwa harga dan kemudahan transaksi bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian Sudjatkika (2017) yang penelitiannya menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan maupun secara parsial pada variabel harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda. Adanya fenomena bermain *game* Mobile Legends dan melakukan pembelian produk virtual, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal dengan menganalisis adanya hubungan sebab-akibat antar variabel. Populasi pada penelitian ini adalah pemain Mobile Legends di Samarinda yaitu menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria diatas 17 tahun dan pernah membeli produk virtual, untuk jumlah sampel adalah 100 orang responden.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan 24 item pertanyaan dan alat ukur yang digunakan adalah skala likert (Sugiyono, 2017). Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien kolerasi, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

<i>Variable</i>	<i>Items</i>	<i>r count</i>	<i>r table</i>	<i>Conclusion</i>
Harga	1	0,833	0,195	Valid
	2	0,788	0,195	Valid
	3	0,805	0,195	Valid
	4	0,786	0,195	Valid
	5	0,786	0,195	Valid
	6	0,599	0,195	Valid
	7	0,715	0,195	Valid
	8	0,718	0,195	Valid
	9	0,845	0,195	Valid
	10	0,838	0,195	Valid
Kemudahan Transaksi	11	0,790	0,195	Valid
	12	0,762	0,195	Valid
	13	0,809	0,195	Valid
	14	0,851	0,195	Valid
	15	0,733	0,195	Valid
	16	0,794	0,195	Valid
	17	0,649	0,195	Valid
	18	0,793	0,195	Valid
Keputusan Pembelian	19	0,687	0,195	Valid
	20	0,756	0,195	Valid
	21	0,738	0,195	Valid
	22	0,692	0,195	Valid
	23	0,705	0,195	Valid
	24	0,710	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan hasil pengujian uji validitas harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian dengan 24 item pertanyaan, telah dilakukan uji validitas didapat hasil yang menunjukkan bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel dari nilai signifikansi 5% maka bisa disimpulkan

seluruh item pernyataan pada kuesioner penelitian valid dan bisa digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Harga	0,887	8
Kemudahan Transaksi	0,921	8
Keputusan Pembelian	0,852	8

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Dari tabel 2, nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan lebih besar dari 0,60 dan dapat disimpulkan item pernyataan yang digunakan dapat dinyatakan reliabel dan akan digunakan pada pengukuran variabel harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjust R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.737 ^a	.544	.534	4.08417

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 3, menunjukkan nilai dari koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,737 yang artinya antara variabel independen yaitu harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada *game online* Mobile Legends di Samarinda memiliki hubungan yang kuat.

Pada kolom *Adjust R Square* memiliki nilai 0,53 atau 53%, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan menggunakan kedua variabel independen yaitu harga (X1) dan kemudahan transaksi (X2) pada penelitian ini adalah 53%, sedangkan 47% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk pada penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji F

<i>ANOVA^a</i>						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1926.907	2	963.454	57.759	.000 ^b
	<i>Residual</i>	1618.003	97	16.680		
	<i>Total</i>	3544.910	99			

a. *Dependent Variable*: Keputusan Pembelian

b. *Predictors*: (Constant), Kemudahan Transaksi, Harga

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat kolom F hitung diperoleh nilai sebesar 57,759 dan nilai sig. 0,000 dan F hitung yang telah diketahui sebesar 3,09. Dengan dasar pengambilan keputusan bahwa F hitung > F tabel yaitu $57,759 > 3,09$ dan nilai sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa H_3 diterima yaitu, variabel independen merupakan harga (X1) dan kemudahan transaksi (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.529	2.941		
Harga	.553	.092	.542	6.046	.000
Kemudahan Transaksi	.305	.105	.261	2.914	.004

a. *Dependent Variable*: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel 5 dapat dijelaskan pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1)

Pada kolom signifikan menunjukkan nilai dari variabel harga (X1) adalah sebesar 0,000 dengan t hitung sebesar 6,046. Jika dibandingkan dengan nilai signifikan dan nilai t tabel pada penelitian ini yaitu sebesar 0,05 dan 1,985 maka $0,000 < 0,05$ dan $6,046 > 1,985$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima yaitu, variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda.

2. Variabel kemudahan transaksi (X2)

Pada kolom signifikan menunjukkan nilai dari variabel kemudahan transaksi (X2) adalah sebesar 0,004 dengan t hitung sebesar 2,914. Jika dibandingkan dengan nilai signifikan dan nilai t_{tabel} pada penelitian ini yaitu sebesar 0,05 dan 1,985 maka $0,004 < 0,05$ dan $2,914 > 1,985$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 diterima yaitu, variabel kemudahan transaksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda dengan hasil uji F (simultan) antara variabel harga dan kemudahan transaksi terhadap variabel keputusan pembelian diperoleh F hitung 57,759 dimana nilainya lebih besar dari F tabel 3,09. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Nasution (2018).

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda, dengan hasil uji t (parsial) antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan t hitung 6,046 dimana nilainya lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2020) dan Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sudjatmika (2017) dengan hasil menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends menurut peneliti hasil ini wajar terjadi dikarenakan karakteristik sampel yang didapat yaitu mayoritas, pelajar atau mahasiswa berjenis kelamin laki-laki berusia 20 sampai 25 tahun, biasanya mereka belum mempunyai penghasilan tetap dan masih meminta uang ke orangtua mereka hal ini menjadi salah satu faktor mengapa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan adanya variasi harga dan diskon yang dilakukan Mobile Legends ini sangat diuntungkan bagi pemain.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda, dengan hasil uji t (parsial) antara variabel kemudahan transaksi terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan t hitung 6,046 dimana nilainya lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2020) dan Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliawan dkk (2018) yang menyatakan kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends menurut peneliti hasil ini wajar terjadi dikarenakan karakteristik sampel yang didapat yaitu mayoritas, pelajar atau mahasiswa berjenis kelamin laki-laki berusia 20 sampai 25 tahun, biasanya mereka berperilaku simpel dan ingin mendapatkan kemudahan dalam beraktivitas tidak terkecuali dalam bertransaksi pada *game online* Mobile Legends hal ini menjadikan salah satu faktor berpengaruh signifikan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda, maka dapat ditarik bahwa secara simultan, variabel harga (X1) dan kemudahan transaksi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda. Secara parsial, variabel harga dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga merupakan variabel yang sangat mempengaruhi timbulnya perilaku keputusan pembelian terhadap produk virtual pada *game online* Mobile Legends di Samarinda.

Daftar Pustaka

- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). *Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com)*. 22(1), 1–8.
- Fandy, T., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Forth). ANDI.
- Karunia, H., & Lunardy, D. (2016). *Pengaruh Persepsi Nilai Pada Intensi Pembelian Produk Virtual Yang Dimediasi Oleh kepuasan*. VI(2), 261–279.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (7th ed.). Salemba Empat.
- Nasution, H. F. (2018). *Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan)*. *Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4, 26–39.
- Sari, M. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Sudjatmika, F. V. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com*. 5(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Wijman, T. (2019). *The Global Games Market will generate \$15.2.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market*. Newzoo.
- Yuliawan, E., Siagian, H., Willis, L., Manajemen, P. S., & Mikroskil, S. (2018). *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)*. 12(2), 34–49.