

**PEGARUH KOMPETENSI KARAKTER, DISKON, DAN KEPUASAN
GAME TERHADAP MINAT PEMEBLIAN *VOUCHER* GAME ONLINE
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM “STUDI KASUS WARNET
PRATAMA *E-SPORT* ARENA”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh

DIMAS PANDU SYAHRANGGA

NIM : 1705026186

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2019

Khoirul Anwar. M. Ag. H

Jl. Bukit Barisan D V/I, Rt.01/Rw.010, Bringin Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An.Sdra. Dimas Pandu Syahrangga

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan Mengadakan perbaikan Sepenuhnya, bersama ini kami kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Dimas Pandu Syahrangga

NIM : 1705026186

Jurusan : Ekonomi Islam

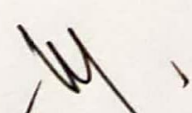
Judul : **“Pengaruh Kompetensi Karakter, Diskon, dan Kepuasan Game Terhadap Minat Pembelian *Voucher* dalam Game Online Studi Kasus Warnet Pratama *E-Sport Arena*”**

Dengan ini kami mohon kiranya Skripsi mahasiswa tersebut segera di munaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklumadanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 11 Maret 2020


Khoirul Anwar. M. Ag. H

NIP. 19690420 199603 1 002

Zuhdan Ady Fataron. S. T. MM
Bukit Beringin Selatan, Blok F No. 22, Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An.Sdra. Dimas Pandu Syahrangga

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan Mengadakan perbaikan Sepenuhnya, bersama ini kami kirimkan naskah Skripsi Saudara:

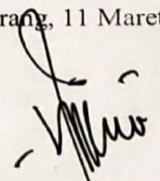
Nama : Dimas Pandu Syahrangga
NIM : 1705026186
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **“Pengaruh Kompetensi Karakter, Diskon, dan Kepuasan Game Terhadap Minat Pembelian *Voucher* dalam Game Online Studi Kasus Warnet Pratama *E-Sport Arena*”**

Dengan ini kami mohon kiranya Skripsi mahasiswa tersebut segera di munaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklumadanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 11 Maret 2020


Zuhdan Ady Fataron S.T.MM.
NIP.19840308201503 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. : (024) 7608454
 Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Dimas Pandu Syahrangga
 NIM : 1705026186
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
 Judul Skripsi : Pengaruh kompetensi karakter, diskon, dan kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher* game online studi kasus warnet pratama *e-sport* arena

Telah di munaqosyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal : 17 JUNI 2020

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana(Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 25 Juni 2020

Ketua Sidang

Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.

NIP. 19570913 198203 1 002

Sekretaris Sidang

H. Khoirul Anwar, M. Ag.

NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji I

Prof. Dr. H. Mujiono, M.A.

NIP. 19590215 198503 1 005

Penguji II

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.

NIP. 19690709 199403 1 003



Pembimbing I

H. Khoirul Anwar, M. Ag

NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing II

Zuhdan Ady Fataron, S.T. Mm

NIP. 19840308 201503 1 003

MOTTO

لَئِيْلَاصْلٰتُٓؕ اِنَّمَا اَشْرٰىٓ بَشَرٌٕ لِّمِثْلِ عَدُوِّهِٓؕ وَاِنَّمَا اَسْرٰىٓ لِّفَاكٍ ۖ وَاصْلٰتُٓ مَكْرُومٌۙ
 لَئِيْلَاصْلٰتُٓؕ اِنَّمَا اَشْرٰىٓ بَشَرٌٕ لِّمِثْلِ عَدُوِّهِٓؕ وَاِنَّمَا اَسْرٰىٓ لِّفَاكٍ ۖ وَاصْلٰتُٓ مَكْرُومٌۙ
 لَئِيْلَاصْلٰتُٓؕ اِنَّمَا اَشْرٰىٓ بَشَرٌٕ لِّمِثْلِ عَدُوِّهِٓؕ وَاِنَّمَا اَسْرٰىٓ لِّفَاكٍ ۖ وَاصْلٰتُٓ مَكْرُومٌۙ

artinya “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”
(QS. An-Nisaa 4 : 5)

PERSEMBAHAN\$

Alhamdulillah, segala puji syukur hanya bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Baginda Nabi besar Muhammad SAW yang syafaatnya selalu diharapkan. Dengan rasa bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibuku, Sri Nurbaya. Ibu dan juga wanita terhebat yng selalu ikhlas merawat dan mendidikku. Semoga beliau di beri rahmat dan rizki seta sehat selalu.
2. Bapakku Budi Raharjo (Alm.) beliau merupakan ayah yang mengajarku banyak hal tentang hidup, kedisiplinan dan kerja keras. Semoga ampunan, rahmat, Allah SWT senantiasa tercurahkan kepadamu di alam sana. Sesaat ingin rasanya mendapat tanggapan darimu tentang perjalanan prosesku selama ini sampai kepada mendapat strata satu. Semoga engkau bangga dialam sana.
3. Kakakku, Ratih Komalaratu dan Arum Puspa Azizah yang saat ini sedang mengemban tugas sebagai perawat dan meneruskan jenjangnya. Terimakasih atas *support* yang telah engkau berikan dan pelajaran hidup yang dapat aku jadikan motivasi.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ =	a	
اِ =	i	
اُ =	u	

C. Diftong

يَا = ay

وَأ = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda misalnya الطَّبَّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصنّاعة = *al-shina'ah*. *Al*-ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta'Marbuthah (ة)

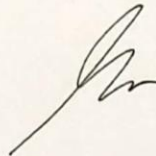
Setiap *ta'marbuthah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, Maret 2020

Deklarator



Dimas Pandu Syahrangga

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi ditandai dengan kemunculan internet. Pada saat ini internet sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia, seperti untuk kebutuhan komunikasi. Internet tidak hanya untuk browsing dan berinteraksi lewat situs jejaring sosial atau untuk kebutuhan informasi saja, kehadiran internet juga dimanfaatkan sebagai sarana yang bersifat hiburan (*entertainment*) atau game online, yaitu sekumpulan orang bermain game secara bersamaan (*multiplayer*).

Penelitian ini adalah penelitian yang didalamnya menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan langsung kepada pengguna warnet pratama *e-sport* arena. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, dan didukung dengan data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi karakter, diskon, dan kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher* dalam game online dalam perspektif ekonomi islam. Metode analisis yang adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesa meliputi; uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2), yang kemudian data diolah menggunakan computer program SPSS versi 23.0

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kompetensi karakter berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *voucher game online* dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$, variabel diskon berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *voucher game online* dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, dan variabel kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian *voucher game online* dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,04 < 0,05$.

Tinjauan menurut ekonomi islam diskon yang dilakukan oleh *developer* game sudah sesuai dengan konsep islam karena tidak melanggar rukun dan syarat sayatnya. Semisal: dalam pemberian diskon perusahaan memang memberikan diskon kepada *player* tidak ada unsur penipuan dan kecurangan karena *developer* menampilkan harga awal yang di jual beserta setelah diskon disinipun harga awal tidak dinaikan dulu.

Kata Kunci: kompetensi karakter, diskon, kepuasan, minat pembelian voucher, ekonomi islam.

ABSTRACT

The rapid development of technology is marked by the emergence of the internet. At this time the internet has become part of human life, such as for communication needs. The internet is not only for browsing and interacting through social networking sites or for information needs only, the presence of the internet is also used as a means of entertainment (entertainment) or online gaming, which is a group of people playing games simultaneously (multiplayer).

This research is research that uses a quantitative approach method. The data source in this study uses primary data obtained from questionnaires delivered directly to cyber café users in the field of electronic sports. The sample used was 60 respondents and was supported with secondary data. This study aims to determine how much influence influences character competition, discounts, and game satisfaction on interest in buying vouchers in online games from the perspective of the Islamic economy. The analytical method used is a validity test, a reliability test, a classical assumption test, a multiple linear regression analysis test and a hypothesis test that includes; t-test, F-test and coefficient of determination (R²) test, which is then processed using the SPSS software version 23.0

The results of the analysis show that the character competency variable significantly influences the interest in purchasing online game vouchers as evidenced by the significance level of $0.01 < 0.05$, the variable discount significantly influences the interest in buying online game vouchers evidenced by the significance level of $0.00 < 0.05$, and satisfaction variables significantly influence the interest in purchasing online game vouchers as evidenced by the significance level of $0.04 < 0.05$.

Review according to Islamic economics discount carried out by game developers is in accordance with the concept of Islam because it does not violate the harmony and its requirements. For example: in giving discounts the company does provide discounts to the player there is no element of fraud and fraud because the developer displays the initial price that is sold along with after the discount here even though the initial price is not increased first.

Keywords: character competency, discount, satisfaction, interest in purchasing vouchers, Islamic economics.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr wb

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji untuk Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayahNYA, sehingga saya bisa melaksanakan tugas. Shalawat dan salam saya haturkan untuk Nabi besar muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya beserta pengikut-pengikutnya.

Atas izin dan rahmat yang di berikanNya penulis selesai mengerjakan tugas skripsi, berjudul: “Pengaruh Kompetensi Karakter, Diskon, Dan Kepuasan Game Terhadap Minat Pembelian *Voucher* Game Online Studi Kasus Warnet Pratama *E-Sport* Arena”, skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan dan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih penulis ucapkan terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Nurudin, SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

5. Bapak Khoiruh Anwar. M .Ag. H dan bapak Zuhdan Ady Fataron. S. T. MM selaku pembimbing penulis.
6. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar dibangku kuliah.
7. Seluruh mahasiswa FEBI UIN Walisongo atas waktunya selama penulis melakukan penelitian. Semua itu sangatlaah berarti bagi penulis.
8. Teman-teman seperjuangan penulis, terimakasih atas kasih, semangat, kebersamaan dan waktu yang telah kita lewati bersama selama ini.
9. Serta semua orang yang telah mendoakan penulis dan semua pihak yang telah membantu terciptanya Skripsi ini.

Terimakasih unrtuk semua keiklasan dan kebaikan yang dibelirikan. Penulis tidak bisa membalas semua kebaikan yang diberikan, hanya bisa mendoakan dan berikhtiar karena hanya Allah SWT yang dapat membalas semua kebaikan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum wr wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN MOTTO	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
PEDOMAN TRANSLITERASI	VI
HALAMAN DEKLARASI.....	VIII
HALAMAN ABSTAK	IX
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVIII

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Pembatasan Masalah.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori	7
2.1.1 Game Online	
2.1.1.1 Sejarah dan Pengertian Game Online	7
2.1.1.2 Ciri-Ciri Game Online	11
2.1.1.3 Macam-Macam Game Online.....	11
2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Game Onlin	12
2.1.1.5 Motif Bermain Game Online	12
2.1.1.6 Game Online Dalam Persepektif Ekonomi Islam	13
2.1.1.7 Dampak Bermain Game Online.....	17
2.1.1.8 Jenis Pembayaran Game Online	20

2.1.2	Kompetensi Karakter	
2.1.2.1	Pengertian Kompetensi Karakter	21
2.1.2.2	Jenis-Jenis Kompetensi Karakter	24
2.1.2.3	Karakteristik Kompetensi Karakter	24
2.1.2.4	Tipe-Tipe Kompetensi Karakter	25
2.1.2.5	Faktor yang Mempengaruhi Kompetensi Karakter	26
2.1.3	Diskon	
2.1.3.1	Pengerian Diskon	27
2.1.3.2	Jenis Diskon	28
2.1.3.3	Tujuan Diskon.....	29
2.1.3.4	Diskon dalam Perspektif Ekonomi Islam	29
2.1.3.5	Hukum Diskon dalam Perspektif Islam	30
2.1.4	Kepuasan	
2.1.4.1	Pengertian&Kepuasan	31
2.1.4.2	Cara Mengukur&Kepuasan	34
2.1.4.3	Sebab Timbulnya Ketidakpuasan	36
2.1.4.4	Kepuasan konsumen dalam perspektif islam..	36
2.1.5	Minat Pembelian <i>Voucher</i> game online	
2.1.5.1	Pengertian Minat pembelian	37
2.1.5.2	Faktor yang Mempengaruhi Pembelian	39
2.1.5.3	Minat Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	39
2.2	Penelitian terdahulu.....	41
2.3	Kerangka teori.....	46
2.4	Hipotesis	47

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1	Jenis dan sumber data	48
3.1.1	Jenis penelitian.....	48
3.1.2	Sumber data	49
3.2	Populasi dan sampel	49
3.2.1	Populasi penelitian.....	49
3.2.2	Sampel penelitian.....	49
3.3	Metode pengukuran data.....	51
3.3.1	Studi Lapangan	51
3.3.2	Studi Keputusan	53
3.4	Variabel Penelitian Data dan Pengukuran	53
3.4.1	Variabel Penelitian Data	53
3.4.2	Pengukuran	53
3.5	Teknik analisis data	55
3.5.1	Uji validitas	55
3.5.2	Uji reliabilitas.....	56
3.5.3	Uji asumsi klasik.....	56

3.5.3.1 Uji normalitas.....	56
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	56
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda	57
3.5.4.1 Uji t	58
3.5.4.2 Koefisien Determinasi R^2	58
3.5.4.3 Uji F	58

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum dan Lokasi Usaha	60
4.1.2 Struktur dan Pembagian Waktu	61
4.1.3 Strategi Usaha	61
4.2 Gambaran umum responden	62
4.2.1 Usia responden.....	62
4.2.2 Tingkat pendidikan responden.....	62
4.2.3 Game Yang Sering Diamainkan	63
4.3 Analisis dan Implementasi Data	64
4.3.1 Uji Variabel.....	64
4.3.2 Uji reliabilitas.....	66
4.3.3 Uji asumsi klasik.....	66
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.4 Pembahasan	75

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.3 Penutup	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis-Jenis <i>Game Online</i>	2
Tabel 1.2 Macam-Macam <i>Game Online</i>	3
Tabel 3.1 Skor Pertanyaan	51
Tabel 3.2 Variabel penelitian dan pengukuran	54
Tabel 4.1 Usia responden.....	63
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan responden.....	63
Tabel 4.3 Game yan sering dimankan Responden	63
Tabel 4.4 Hasil uji validitas	64
Tabel 4.5 Hasil uji reliabilitas	66
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas	67
Tabel 4.7 Hasil uji multikolinieritas.....	69
Tabel 4.8 Hasil Hesteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.9 Hasil uji regresi linier berganda	70
Tabel 4.10 Hasil uji t.....	72
Tabel 4.11 Hasil uji koefisien determinasi R^2	73
Tabel 4.12 Hasil uji Signifikasi simultan F.....	74

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka berfikir47
2. Histrogram uji normalitas.....67

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data Penelitian
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reliabilitas
5. Hasil Uji Normalitas dan Melihat Histrogram
6. Hasil Uji Multikolinieritas
7. Hasil Heteroskedastisitas
8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
9. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi ditandai dengan kemunculan internet. Pada saat ini internet merupakan bagian dari kehidupan manusia seperti kebutuhan berkomunikasi. Sekarang indonesia menduduki peringkat ke 6 dalam mengakses internet setidaknya setidaknya satukali setiap bulan, dan lima besar negara pengguna internet didunia secara berurutan diduduki oleh tongkok, amerika serikat, india, brazil, dan jepang.¹

Kecepatan internet di indonesia mencapai 10,62 Mbps untuk *download* dan 8,35 Mbps untuk *upload*. Dengan jumlah 171, 17 juta pengguna internet dari 246,16 juta jiwa berdasarkan data BPS (Badan pusat statistik) atau bisa dikatakan mencapai 684,8% padatahun 2018.² Tidak hanya untuk browsing dan komunikasi saja kehadiran internet juga dimanfaatkan di bidang hiburan, yaitu yang *game* yang dulu hanya dimainkan secara offline, seiring dengan berkembangnya internet, *game* pada komputer dan berkembang menjadi game online.

Game online secara bahasa adalah permainan komputer yang dijalankan menggunakan koneksi maupun itu dari LAN (*local area network*) atau internet dan secara umum di mainkan oleh pemain-pemain diluar sana. Perkembangan *game online* diawali pada pertengahan 1990an waktu game nexion tenar, bukan hanya dilihat akan tetapi para pengguna ikut serta mengerjakan gambarnya secara bersamaan dengan pengguna lain. Terdapat berbagai macam tipe game online, yaitu :

Tabel 1.1

Jenis- jenis game online

No	Jenis-Jenis game online
1	<i>Real-Time Strategy</i>

¹ <http://kominfo.go.id>

² <http://apjii.or.id>

2	<i>browser games</i>
3	<i>Cross-platfrom online</i>
4	<i>FPS (First Person Shoot)</i>
5	<i>MMORPG</i>

Sumber: www.gamehubs.com

Pada saat itu game yang paling di gemari oleh masyarakat adalah ragnarok. berjalanya waktu perkembangan *game online* menjadi sangat populer dikalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Orang-orang mulai tertarik dengan adanya perkembangan *game online* yang sudah menjarah pada komputer maupun HP yang berakibat banyaknya jumlah peminat yang menjadikan perkembangan game menjadi lebih cepat untuk tumbuh di sekitar kita, hal ini membuat perkembangan pasar *game online* menjadi sangat maju dan memunculkan berbagai jenis *game online*. Berikut macam-macam *game online* yang sering dimainkan oleh masyarakat:

Tabel 1.2

Daftar macam-macam *Game Online*

No	Nama Game
1	Football Manager
2	Counter Strike: Global Offensive
3	PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS
4	Tom Clancy Rainbow six siege
5	DOTA
6	Grand&Theft*AutoV
7	King of kill

Pada saat ini kebanyakan dari orang yang bermain *game online* adalah remaja karena remaja lebih sering menghabiskan waktu luang. Terdapat dua

sudut pandang dalam *game online* yaitu untung seperti digunakan untuk menghilangkan stres dan juga bisa mendapatkan uang dan sangat rugi apabila menjadi kecanduan yang akan berpengaruh pada psikologi.

Banyaknya peminat *game online* menjadikan pihak developer ataupun pemilik warnet mengadakan perlombaan atau bisa dibilang *e-sport* (olahraga elektronik) agar para pemain juga tidak bosan. Para pemain *game online* pada umumnya bermain di komputer. Hal ini menimbulkan peluang bisnis seperti untuk menyediakan tempat bagi para pemain yang tidak mempunyai komputer atau bisa disebut *game center* atau warnet.

Semenjak beberapa tahun terakhir usaha warnet di Indonesia terlihat sangat pesat dengan bermunculannya warnet-warnet baru di kota Pekalongan, banyaknya pesaing warnet baik dilihat konsep tempat atau dari segi kenyamanan dan dari harga yang diberikan, sehingga menjadikan tolak ukur pengguna menjadi banyak menjadikan sedikit peluang para pengusaha.

Sekarang ini banyak kita jumpai warnet di kota ataupun desa dan mereka memfasilitasi akan *game-game online* dan juga komputer yang mempunyai spesifikasi untuk *game* bukan komputer biasa harga komputer tersebut juga biasanya lebih mahal, terlebih lagi koneksi internet yang harus memadai. Warnet tidak hanya diisi kalangan anak kecil maupun dewasa, akan tetapi biasanya mayoritas pengguna yaitu remaja.

Remaja yang ikut serta bermain, selain untuk menjadi proplayer juga untuk mencari teman atau pun silaturahmi pencinta *game online*. Diawali dari memainkan *game online* dengan teman atau dari ajakan teman untuk bermain bersama di warnet (Febriana 2012).

Dalam perkembangan *game online* tersebut ada yang dinamakan *microtransaction* atau dapat disebut jual beli dalam game. Secara umum jual beli dalam *game* dapat membantu memainkan game lebih mudah alasan utama *player* melakukan *microtransaction* adalah mereka menginginkan agar karakter mereka menjadi lebih kuat atau menginginkan barang langka yang ada pada saat periode tersebut. Barang langka yang dimaksud tersebut adalah jenis barang virtual yang diperjual belikan oleh pengembang *game*

dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Jual beli dalam ekonomi islam adalah transaksi yang tidak akan sah apabila tidak dilakukan besarta akad yang baik dan benar dengan tertulis, lisan, maupun perbuatan dan saling ridha untuk kedua belah pihak. Adapun menurut lin and sun (2007) barang virtual adalah barang yang ada dalam *game* yang di dapat dengan membelikan uang virtual yang digunakan dalam *game online*.

Perkembangan *Game online* juga dapat dilihat yaitu, sekarang menyediakan fitur penjual voucher dimana dapat ditukarkan dengan uang virtual yang dapat digunakan untuk bertansaksi dalam *game online* yang bertujuan untuk menambah keuntungan dan ketertarikan pengguna.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melaukan penelitian skripsi dengan judul: **“PENGARUH KOMPETENSI KARAKTER, DISKON DAN KEPUASAN GAME TERHADAP MINAT PEMBELIAN *VOUCER GAME ONLINE* DALAM PERSPEKTIF ISLAM STUDI KASUS PENGUNA WARNET PRATAMA *E-SPORT ARENA*”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di jelaskan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kompetensi karakter terhadap minat pembelian *voucher game online*?
2. Bagaimana pengaruh diskon dalam game terhadap minat pembelian *voucher game online* dalam perspektif ekonomi islam?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher game online* dalam perspektif ekonomi islam?
4. Bagaimana pengaruh kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game terhdap minat pembelian *voucher game online* dalam perspektif ekonomi islam?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Manfaat dan tujuan penelitian adalah:

1.3.1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher* dalam game online yang ada di warnet pratama *e-sport arena*

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Keikutsertaan penulis dalam penelitian ilmiah dan menerapkan teori keilmuan yang di dapat dikursi kuliah dalam prakteknya dilapangan seta untuk memperoleh gelar Sarjana Strata S.1 dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Bagi objek peneliti

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya agar lebih baik lagi.

3. Bagi lembaga akademik

Untuk referensi dan informasi penelitian lain yang berminat untuk membuat penelitian yang sama.

4. Bagi pembaca

Mudah mudahan dapat dijadikan kontribusi ilmu, menambah pengetahuan dan wawasan.

1.4. Pembatasan Masalah

Dari uraian yang telah di jelaskan, perlu di buat batasan masalah agar skripsi ini tidak melebar dalam melakukan penelitian, batasan batasan tersebut adalah:

1. penelitian terbatas pada satu warnet saja yaitu warnet pratama *e-sport arena*.
2. *Game-game online* disini dibatasi hanya pada game yang ada dan dimainkan oleh pengguna di warnet pratama *e-sport arena*.

3. Bentuk pembelian disini hanya meliputi pembelian voucher dalam game yang dilakukan oleh pengguna warnet pratama *e-sport arena*.

1.5. Sistematika Penulisan

Agar memperoleh gambaran yang jelas dan memudahkan pembahasan, secara luas skripsi ini diketik menjadi 5 bab. Perbab akan di bagi lagi menjadi subbab dimana akan saling berbertautan. sistematika penulisan skripsi ini adalah:

Bab I pendahuluan, terbagi menjadi latar belakang masalah, rumusn msalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistemtika pemulisan.

Bab II tinjauan putaka, bab terdiri dari landasan teori, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotetsis.

Bab III metode penelitian, terdiri dari jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan, variabel peneltian dan pengukuran, serta teknis analisis data.

Bab IV hasil dan pembahasan, menunjukkan hasil dari analisis data, mmeunjukkan hasil pengujian hipotesis yang diolah sesuai dengan metode yang sudah ditetapkan.

Bab&V kesimpulan dan saran, yaitu terdiri dari kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Game Online

2.1.1.1 Sejarah dan Pejelasan Game Online

Pada abad ke 20, teknologi hanya berberan untuk mengumpulkan informasi dan media distribusi yang menyebarkannya. Dan pada abad ke 21 ini, teknologi dapat menjangkau seluruh wilayah di dunia, peluncuran satelit merupakan pengembangan dari teknologi yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui media internet.³ dunia sekarang sedang mengalami kemajuan teknologi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang sangat pesat. Majunya teknologi dan pengetahuan yang sangat pesat membuat perubahan dalam kehidupan. Penemuan internet merupakan temuan baru pada teknologi dari kreativitas manusia yang makin berkembang dan juga dapat digunakan sebagai kesejahteraan manusia.

Permainan ada 2 bentuk adalah: game online dan game offline. Penjelasa game offline yaitu tidak ada jarinagan untuk koneksi internet dan penjelasan dari game online sebaliknya dari offline. Penemuan *networdking computer* pada tahun 70an oleh militer Amerika merupakan awal dari teknologi game online.pertama kali game online digunakan menggunakan jaringan LAN dengan meningkatnya teknologi menjadikan game online menjadi lebih luas dengan cara menggunakan jaringan internet yang diakses melalui nirkabel. Agar kita bisa bermain game online kita harus menginstal game tersebut terlebih dahulu, setelah itu kita harus mendaftar agar kita mempunyai akun, dan setelahnya kita

³ Melwin Syafrizal, *Pengantar Jaringan Komputer*, Yogyakarta: andi, 2005, hlm 1.

sudah dapat memainkannya. Bermain game online berbeda dengan game offline yaitu kita tidak perlu pergi kerumah teman, hanya perlu duduk depan komputer dan langsung bisa menikmati bermain game bersama teman.

kemajuan internet menumbuhkan terciptanya game online dimana suatu game yang berbasis virtual yang melibatkan banyak *player* didalamnya.⁴

Bermain game merupakan suatu proses “*fine tuning*” dari logika aplikasi komputer yang canggih dengan logika kita. Pada saat yang bersamaan game juga mempertajam daya analisis untuk mrngrlola dan mengambil keputusan cepat yang jitu. Namun dari segi lain kita juga jangan lupa dengan kenyataan akan kecanduan yang bisa menakibatkan lupa akan segala tugas mereka.

Game online ialah permainan yang menggunakan koneksi internet menjadikan sarana utamanya. Menurut Hasan⁵ “*game online* sering disebut juga dengan *multiplayer online game* karena melibatkan banyak pemain sekaligus untuk saling berinteraksi satu sama lain dalam waktu yang bersamaan, hal ini yang membuat pemain *game online* menjadi semakin ketagihan.” Pengertian tersebut, ialah suatu game yang di jalankan menggunakan suatu koneksi LAN atau internet dan digunkan banyak pengguna.

Bobby Bodenheimer, tahun 1999 “*game online* diartikan sebagai program permainan yang tersambung melalui jaringan yang dapat dimainkan kapan saja, dimana saja dan dapat dimainkan bersamaan secara kelompok diseluruh dunia dan permainan itu sendiri menampilkan gambar-gambar menarik seperti yang diinginkan atau yang didukung oleh

⁴ Ayu Rini, *Menanggulangi Kecanduan Game On-Line Pada Anak*, Jakarta: Pustaka Mina, 2011, hlm 89.

⁵ Hasan, *Multiplayer Online Game*, Bandung: PT Gramedia, 2011, hlm 1

komputer”. Berdasarkan pengertian bobby bodenheimer, dapat disimpulkan bahwa istilah game online yang dimaksud merujuk pada salahsatu jenis game yang*dapat dimainkan melalui*internet. Permainan online itu terdapat seperanggu gme yang berwujud gambar yang menarik dan bisa di gerakan. Permainan online tidak hanya di tonton melaikan pengguna juga ikut serta mengerakannya dengan bersamaan pengguna lain. Bahkan para pengguna dapat berkompetensi. Jadi, secara psikologis permainan online dapat menimbulkan semangat untuk pengguna, dan secara sosiologis dapat dijalankan dengan bersamaan⁶

Menurut Sigmund Freud dan Adler bahwa dalam jurnal milik nurlaila menjelaskan “permainan adalah dorongan kejiwaan sebagai ekspresi dari keinginannya untuk menang dan berkuasa. Sehingga permainan merupakan sarana untuk menyalurkan kompleks-kompleks terdesak yang ada pada alam bawah sadar dalam jiwa seseorang.” *game online*, yang biasa disebutkan untuk permainan digital pada zaman moderen. *Game online* sering ditemukan didalam kehidupan . meskipunin sebagian mansuia mengartikan *game online* bermain menggunakan komputer, permainanm bukan menjalankan pada komputer saja, Permainan dapat berupa konsol, *handed*, bahkan permiananjuga terdapat di HP. *Game online* bisa dijadikan sebagai *refreshing* atau hamnya untuk mengisi waktu kosong.⁷

Menurut Im Hong, *et., al.*, *Game online* yaitu game yng diakses banyak pengguna dimana dihubungkan melalui

⁶ Gede Eko, Reddy S.H., Agus Hermawan dan Syahirul Achmad, *Makalah Intranet/Internet Game Online*, Yogyakarta: Fakultas Teknologi Industri UPN Veteran, 2009, hlm 8

⁷ Nurlaila, *dampak game online terhadap moral anak di desa malili kecamatan malili kabupaten luwu timur*, FIS-UNM, hlm 97

koneksi⁸. *Game online* bukan hanya menawarkan hiburan melainkan juga tantangan untuk dipecahkan⁹

Dari pengertian pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa *game* pada umumnya berarti “hiburan”. *Games* bisa diartikan “kelincahan intelektual” (*intellectual&playability*).

2.1.1.2 Ciri-ciri *Game Online*

Adapun ciri-ciri dari *game online* adalah:¹⁰

- a) Permainan yang di jalankan melauai konenkksi internet
- b) Terdapat timbal balik dipermainan.
- c) Permainan berkembang dan dinamis.
- d) Bermain dalam ruangan saja dan terdapat aturan main.
- e) Bersifat tegang dan bersemangat

2.1.1.3 Macam-macam *Game Online*

Macam- macam dalam game online, yaitu¹¹:

- a) *First person Shooter (FPS)*, game peperangan dengan mengunkan alat militer, dan juga biasanya mengambil pandangan orang pertama agar menimbulkan kesan kita sendiri yang berada didalam game tersebut.
- b) *Real-Time Strategy*, game yang tidak hanya 1 karakter saja melainkan banyak karakter dan merupakan game yang memfokuskan dalam kehebadat dalam membuat strategi.
- c) *Cross-Platform Online*, game yang di jalankan menggunakan hadware bebeda jenis atau bisa di bilang bisa dijalankan menggunakan PC atau Xbox 360.
- d) *Browser Games*, game yang hanya dapat diakses melalui *browser*.

⁸ Im Hong Lai, Dan J. Kim, dan Eui Jun Jeong, *Online Digital Game Addiction: How Does Social Relationship Impact Game Addiction. Twenty-second Americas Conference on Information Systems, San Diego*, 2016

⁹ Jurate Banyte dan Agne Gadeikiene, *The effect of consumer motivation to play games on video gameplaying engagement. Procedia Economics and Finance* 26, hlm 505 – 514.

¹⁰ Hasan. 2011. *multiplayer online game*, Bandung, PT Gramedia, 2011, hlm 3

¹¹ Hasan, *multiplayer online game*, Bandung: PT Gramedia, 2011, hlm 5

- e) *Massive Multiplayer Online Games*, game yang menggunakan skala dunia yang sangat luas.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Game Online

Faktor faktor yang mempengaruhi game online, adalah¹²:

a) *Gender*

Laki-laki dan perempuan sama terhibur dengan bermain game akan tetapi beberapa penelitian menunjukkan anak cowok gampang ketagihan dan membuang waktunya diwarnet dari perempuan.

b) *Kondisi Psikologis*

Imajinasi dan peristiwa yang terdapat dip permainan menjadikan *player* tertarik untuk menjalankan game lebih dalam, akibatnya kondisi psikologis bisa menimbulkan para pengguna membayangkan bahkan bermimpi tentang permainan tersebut. Menimbulkan motivasi sebab mempersembahkan tantangan dan memuaskan.

c) *Jenis Game Online*

Ramainya permainan mengakibatkan seorang kecanduan untuk bermain dan menjadikan motivasi untuk terus bermain.

2.1.1.5 Motif Bermain Game Online

Terdapat beberapa motivasi yang mendorong pengguna untuk terus bermain¹³:

- a) *Relationship*, diawali dengan berinteraksi dan menjalin komunikasi dengan pengguna lain, dan kemauan untuk membuat hubungan dalam dunia nyata.

¹² Dewandari, *Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Smk Negeri 1 Sapurankabupaten Wonosobo*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana, jurnal pedagogi, 2013, hlm 19.

¹³ Yee, *Motivasi of Play in Online Games*. *Jurnal of CyberPsychology and Behavior*, 9 (6), 2002, hlm 772-775

- b) *Manipulation*, diawali dengan pengguna menetapkan pengguna yang lain sebagai targetnya dan memanipulasi untuk kekayaan dan kepuasan pribadi. Seperti bermain curang.
- c) *Immersion*, seorang pemain menjadi seperti orang lain.
- d) *Escapism*, memainkannya hanya untuk menghilangkan rasa jenuh.
- e) *Achievement*, pemain ingin menjadi seorang yang paling kuat di dunia virtual.

Dari penjelasan ini dapat dijelaskan bahwa pemain bermain di awalai hanya untuk mengisi waktu kosong, akhirnya senang bermain.

2.1.1.6 Game Online dalam Persepektif Eknomi Islam

Permainan *online* atau yang dikenal pada saat ini dengan istilah *game online* ialah merupakan media main dan saran menghilangkan jenuh. Dalam islm diwajibkan untuk menetapkan kehidupannya untuk Allah SWT, dan islam juga selalu memerintahkan kepada umatnya agar menjalankan perintah-nya dan tidak melaksanakan larang-laranganNYA. Akan tetapi islam bukan lah agama yang membelenggu manusia, tetapi islm sebenarnya agama yang selalu menghargai kenyataan objektif dan baik pada disekitar dan pribadi manusia. Saat manusia menyukai keindahan, kecantikan, kenikamatan, dengan syarat diperoleh melalui cara yang baik dan dilaksanakan dengan benar, seperti yang di jelaskan pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Maknanya: “dan janganlah kamu campur adukan yang *hak* dengan yang *bathil* dan jangan lah kamu sembunyikan yang

hak itu, sedangkan kamu mengetahuinya” (QS Al-Baqarah: 42)

Agama muslim memperlakukan manusia sesuai dengan naluri kemanusiaanya atau bisa dibilang memberikn kelongaran dan kelapangn bagi manusai. Seperti yang dikisahkan dalam kisah sahabat Nabi SAW, yang bernama Hanzhala dan Abu Bakar. Beliau bercerita suatu ketika terdapat kegaduhan dalam hatinya, ia merasa bahwa hidupnya telah diselubungi kemunafikan. Saat ia berhadpan dengan Rosul SAW, ia selalu berdzikir dan bertaqwa kepada Allah SWT. Namun ketika bertemu keluarganya, ia bercanda dengan anak dan istrinya, tertwa, merasa bahagia seolah-olah ia tidak ingat bahwa sebelumnya menngis. Oleh sebab itu sahabar tersebut menemu Rasulullah dan menanyakanya, seteleh itu Rosulullah menjawabnya:

وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ إِنْ لَوْ تَدُوْمُونَ عَلَيَّ مَا تَكُونُونَ عِنْدِي وَفِي الذِّكْرِ
لَصَافَحْتَكُمْ الْمَلَائِكَةُ عَلَيَّ فُرُشِكُمْ وَفِي طُرُقِكُمْ وَلَكِنْ يَا حَنَظَلَةَ سَاعَةً وَسَاعَةً ثَلَاثَ
مَرَّاتٍ

Artinya: “ *Demi Dzat yang jiwaku berada di tangganNYA, jika kalian menetapi perbuatan ketika kalian beada di sisiku dan ketika berdzikir, niscaya para malaikat akan menjabat tangan kalian dalam setiap batang perjalanan hidup dan langkah-langkah kalian, namun ingatlah wahai hanzhalah! (yang demikian itu akan kau dapatkan jika kau rutinkan) sedikit bemi sedikit dari waktu ke waktu. Hingga beliau mengucapkannya sampai tiga kali*”. (HR.Muslim)¹⁴

¹⁴ Imam Muslim, Shahih Muslim, no 2750. *Kitab At-Taubah, Bab: keutamaan merutinkan dzikir, merenungi perkara-perkara akhirat dan Al-Muraqabah serta kebolehan meninggalkan yang demikian pada sebagian waktu dan berurusan dengan dunia.*

Dari hadis dan cerita diatas menunjukkan rasa senang untuk diri kita, dan permainan juga merupakan hal yang dialami dalam manusia. Rosulullah SAW mengucapkan orang yng didalam dirinya tidak ada itu, maka akan didoakan malaikat. Hal ini merupakn jarang terjadi atau bahkan mustahil untuk terjadi. Maka dari itu agama tak memberikan pelajaran seseorang untuk menjauhi kesenangan dan hiburan, akan tetapi agama memberikan pelajaran kesenangan dan hiburan boleh dimainkan akan tetapi sesuai porsinya. Dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa isalm sama sekali tidak mengharamkan hiburan, karena hal tersebut merupakan natural dalam diri manusia.

Tidak semua hiburan mendapat tempat dalam perspektif islam. Berikut jenis jenis yang dilarang oleh islam menurut Yusuf&Al-Qaradawi dalm bukunya *Fiqhu al-lahwi wa al-tarwihi**:

1. Permaianan yang mengandung unsur berbahaya.
2. Permainan yang menampilkan aurat
3. Permainan yang menyakiti atau menyiksa hewan.
4. Permainan yang mengandung unsur judi.
5. Permainan yang mengandung unsur sihir
6. Permainan yang melecehkan oranglain
7. Permainan yang dilakukan secara berlebih¹⁵

Dalam agama islam mengajarkan bahwa kita melakukan sesuatu harus bermanfaat bagi diri kita dan orang lain. Hal ini juga di jelaskan pada Al-Qur'am surat Al-Mu'minun:

وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّعْوِ مُعْرِضُونَ

¹⁵ Fatwa Majelis tarjih dan Tajdid Muhammadiyah, *Tentang Hukum Bermain Game Online* pada tanggal 27 mei 2011

Artinya; “*Dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan-perbuatan) yang tak berguna*”. (QS Al-Mu’minun: 3)

Seperti hal yang di terangkan pada ayat diatas game online juga bisa bermanfaat seperti halnya memakmurkan seseorang atau bisa dikatakan kita bisa mendapatkan uang dari game online tersebut menjadikan bermain game online bukanlah hal yang percuma, berikut cara-cara memaksimalkan bermain game:

1. Penjualan item-item, hal-hal dalam game
2. Menjadi *joki game*
3. Menjadi *tester game*
4. Youtuber game

Dapat daitikan bahwa bermain game sekarang bukan hal yang sia-sai lagi bahkan bisa menjadi hal yang sangat baik apabila dapat menggunakannya secara maksimal dan mendapatkannya dengan cara halal dan digunakan bukan hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk beribadah dan diniati dengan ikhlas seperti berdonasi, tolong menong, infaq, dan lain-lain. Maka hal itu di perbolehkan menginggat agama islam mewajibkan seluruh hidup kita untuk beribadah.

2.1.1.7 Dampak Positif dan Negatif *Game online*

Dampak negatif dari bermain *game* yaitu:

- a) Bisa membuat mata menjadi cepat lelah akibat terkena paparan cahaya radiasi komputer ataupun telepon seluler.
- b) Gangguan tidur terganggu yang dapat menyebabkan pemain *game* mengalaminya akibat begadang sehingga berdampak pada sakit kepala sebelah (migran).

- c) Membuat apapun agar bisa bermain, seperti berdalih, mengelapkan uang, dan lain-lain, gangguan makan menjadi tidak teratur akibat terlalu sibuk dengan *game online*.
- d) terbiasa hanya berinteraksi satu arah dengan *computer* atau telepon seluler membuat kita jadi tertutup (*Introvert*), *introvert* itu sendiri adalah orang yang cenderung suka menyendiri, pendiam dan susah untuk menyesuaikan dirinya.¹⁶
- e) Menimbulkan efek kecanduan yang berakibat melalaikan kehidupan nyata, tidak mengenal waktu sehingga melupakan kewajiban sehari-hari yang menjadi kebutuhannya.¹⁷
- f) Seseorang yang sudah bermain *game* akan acuh dan tidak peduli dengan perkataan ataupun nasehat orang lain termasuk orang tua.¹⁸

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa bermain *game online* akan mendapatkan efek waktu terbuang dengan sia-sia dan ekonomi habis dengan percuma untuk membeli paket kartu data hanya untuk bermain *game*, kecanduan sudah pasti dialami tetapi bagaimana caranya kita mengontrol kapan kita harus bermain dan berhenti bermain sehingga tidak melupakan interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya.

¹⁶ Jenab dan Hudaya Ageng, *Pengaruh Adiktif Game Online terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas x SMAN 1 Cileungsi*, Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Education* Volume 2 No.1, 2015, hlm 46

¹⁷ Hilmuniati, Fina, *Dampak Bermain Game Online Dalam Pengamalan Ibadah Shalat Pada Anak di Kelurahan Pisangan Kecamatan Ciputat kota Tangerang Selatan*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, hlm 26

¹⁸ Syahrani, Ridwan, *Ketergantungan Online Game dan Penanganannya*, Palu Sulawesi Tengah: FKIP Universitas Tadulako, *Journal Psikologi Pendidikan dan Konseling* Volume 1 No.1 Juni, 2015, hlm 91

Tidak hanya dampak negatif saja di dalam bermain *game online* berikut beberapa pengaruh positif dalam bermain game :

a) Menjadikan pintar

Di negara MU membuktikan seseorang yang bermain game selama 18 jam perminggu mempunyai koordinasi tangan dan mata yang bagus seimbang dengan para atlet

b) Menaikan daya konsentrasi

Dr. Jo Bryce, kepala penelitian di suatu universitas di Inggris membuktikan para pemain sejati mempunyai daya konsentrasi yang tajam mengakibatkan mereka menuntaskan tugas dengan cepat.

c) Meningkatkan penglihatan.

Penelitian di Rochester University mengungkapkan anak-anak yang bermain game *action* secara teratur mempunyai bola mata lebih tajam daripada yang tidak bermain.

d) Menaikan kemampuan otak.

Tidak bermain game berlebihan dapat meningkatkan kinerja otak terlebih memiliki tingkat jenuh yang lebih rendah.

e) Meningkatkan Kemampuan Membaca

Psikolog di Finland University menyebutkan sebenarnya keluhan mengenai bermain game dapat menurunkan budaya membaca tidak benar karena video game bisa membantu meningkatkan kemampuan membaca pada anak.

f) Menaikan kapasitas bahasa Inggris

Riset menunjukkan anak-anak bisa bahasa Inggris tanpa melalui les karena suka bermain game.

g) Menumbuhkan Interaksi Sosial

Beberapa profesor di Loyola University, melakukan penelitian dan pendapat mereka bermain game menimbulkan interaksi sosial, *friendship, brotherhood*, organisasi (*guild*), melawan conflict bersama (*guild wars*), managing people (apabila menjadi ketua dalam clan), mengontrol emosi dan politik.

h) Menghilangkan Stress

di indiana unversity menjelaskan game bisa menghilangkan ketegangan pada saraf.

Adapun akbibat baik lainnya dapat diuraikn sebgai berikut, adalah:

- a) Mengunakna koneksi internet pemain dapat melakukan sosalisasi virtual tidak ada batasan ruang dan waktu..
- b) permainan juga bisa meningkatkan respon dan kecepatan berfikir seseorang
- c) *Game online* apabila di dimanfaatkan terdapat peluang usaha.¹⁹

2.1.1.8 Berdasarkan Jenis Pembyaran

a) Permaianan yang berbayar

Permaian yang harus di beli terlebih dahulu agar dapat memaikannya atau agar mereka dapat meningkatkan kemampuan dengan cepat pemain dapat membeli item, misalnya PUBG

b) Permaian gratis

Permaian yang tidak mengambil biaya. misalnya Subspace.²⁰

¹⁹ Nurlaila, *dampak game online terhadap moral anak di desa malili kecamatan malili kabupaten luwu timur*, FIS-UNM, hlm 97

²⁰ <https://id.wikipedia.org/> diakses pada tanggal 18 september 2019

2.1.2 Kompetensi Karakter

2.1.2.1 pengertian kompetensi karakter

Menurut Hefner klimmt dan vorderer pemain game cenderung meniru diri mereka sesuai dengan karakter yang dipunyai.²¹ Karakter berasal dari bahasa Yunani *charassein* yang artinya melukis. Karakter juga diartikan sebagai pola atau ciri khas.²² Karakter atau kata lainnya adalah tokoh game memiliki peran yang penting dalam meraih perhatian pemain, *developer* menciptakan karakter dengan ciri khas yang berbeda-beda dan juga unik. *Developer* juga memberikan cerita pendek bukan hanya menciptakan karakter yang menari agar pemain menjadi takjup akan game tersebut. (Ladjamudin, 2012).

kompetensi sebenarnya bukan sesuatu yang baru. Berikut macam-macam penjelasan kompetensi yang diucapkan oleh para ahli: Menurut Spencer dalam Sedarmayanti,²³ menjelaskan bahwa kompetensi adalah “*An underlying characteristic’s of an individual which is causally related to criterion-referenced effective and or superior performance is a job or situation*”. Menurut Moekijat dalam Sedarmayanti,²⁴ menjelaskan: Kompetensi adalah bayangan keterampilan yang telah ada untuk melakukan beberapa kewajiban yang dibutuhkan oleh suatu pekerjaan. Menurut Stephen Robbin²⁵ Kompetensi yaitu keahlian seseorang untuk melaksanakan suatu kewajiban. Sedarmayanti kompetensi yaitu keistimewaan seseorang yang

²¹ Hefner, D., Klimmt, C., & Vorderer, P. *Identification with the player character as determinant of video game enjoyment*. In L. Ma, R. Nakatsu, & M. Rauterberg (Eds.). ICEC. LNCS Vol. 4740, Heidelberg: Springer, 2007, hlm 39- 48

²² Ryan, Kevin dan Karen E. Bohlin, *Building Character in Schools: Practical Ways to Bring Moral Instruction to Life*, San Francisco: JOSSEY-BASS A Wiley Imprint, 1999, hlm 5

²³ Sedarmayanti, *Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja Dan Produktivitas Kerja, edisi kesatu*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2017, hlm 214

²⁴ Sedarmayanti, ..., 2017 hlm 213

²⁵ Robbins, S. P, *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi, Aplikasi*, Jakarta: PT. Indeks . Gramedia. Edisi Kesepuluh, 2007, hlm 38

berdampak kontan ke dalam kinerja.²⁶ Mangkunegara komepensi ialah dasar yang membuat seseorang berbeda dari yang lain.²⁷

Komptensi karakter penelitian ini adalah kompetensi karakter didalam game pendapat lin sun adalah benda diperluka penguna agar bisa melaksanakan dan mempermudah menyelesaikan misi digame.²⁸ Ladjamudi mengatakan terdapat unsur budadaya lokal menjadikan karakter lebih “membumi” dan mudah di terima oleh pemain.²⁹ Menurut Guo dan Barnes ada 3 jenis nilai dari item, yakni *perceived playfulness*, *character competency* dan *requirement of the quest context*.³⁰

- a) *Perceived playfulness*, rasa penasaran pemain kepada permainan.
- b) *Character competency*, item untuk meningkatkan power untuk karakter.
- c) *Requirement of the quest context*, item wajib agar bisa menyelesaikan misi yang ada.

2.1.2.2 Jenis-jenis Kompetensi Karakter

Kompetensi dapat dibagi atas dua kategori yaitu “*Threshold*” dan “*Differentiating*” Spencer and Spencer dalam zahrul jidal, pendapat kriteria digunaka untuk menebak kinerja atas pekerjaan. “*Threshold competencies*” ialah karakteristik yang wajib dimiliki seseorang untuk bisa

²⁶ Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Bandung: CV Mandar Maju, 2008, h 126

²⁷ Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Budaya Organisasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005, h.113

²⁸ Lin, H. and Sun, C.-T, Cash trade within the magic circle: Free-to-play *game* challenges and massively multiplayer *online game* player responses, 2007

²⁹ Dimas muhammad suparto dan ahmad ikhwan setiawan, *Kepuasan Gamers sebagai Penentu Kesuksesan Pemasaran Game Online (Studi pada Pemain PUBG dan Mobile Legend)*, Surakarta-USM, hlm302

³⁰ Guo, Y., & Barnes, S, *Virtual item purchase behavior in virtual worlds: An exploratory investigation. Electronic Commerce Research*, 9, 2009, hlm 77

menyelesaikan tugasnya. “*differentiating compencies*” ialah aspek yang membedakan seseorang yang mempunyai kinerja yang baik dan tidak.³¹

2.1.2.3 Karakteristik kompetensi

Spencer Spencer dalam Palan³²,iyalah:

- a) *Knowledge* (pengetahuan)
- b) *Skill* (keterampilan)
- c) *Self concept* (konsep)
- d) *Traits* (karakteristik pribadi)
- e) *Motif* (perasaan)

2.1.2.4 Tipe-tipe Kompetensi

Ada beberapa tipe kompetensi yang dikemukakan diantaranya³³:

- a) *Planning Competency* yaitu dihubungkan dengan aktivitas tertentu semacam memutuskan tujuan, menilai tindakan dan resiko untuk mencapai tujuan.
- b) *Influence Competency* yaitu dihubungkan dengan aktivitas yang memiliki pengaruh terhadap orang lain.
- c) *Communication Competency* yaitu bentuk keahlian dalam bercakap, menyimak.
- d) *Interpersonal Competency* meliputi belaskasih, bujukan, kesepakatan, menghormati orang lain.
- e) *Thinking Competency* berkaitan dengan berfikir strategis dan logis, dan tanggung jawab terhadap tindakan.
- f) *Organizational Competency* berkaitan dengan keahlian pekerjaan untuk mengukur dan mengambil resiko yang di perkirakan.

³¹ M Zahrul Jihad , *Human Resources Development Based On Competence*, unipdu, hlm 158

³² Palan, R, *Competency Management. Teknik Mengimplementasikan Manajemen SDM berbasis Kompetensi untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Penerbit PPM, 2007, hhlm 6

³³ Wibowo, *Manajemen Kinerja, edisi kedua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persadah, 2007, hlm 91

- g) *Human*Resources*Management*Competency* merupakan keahlian untuk memajukan bakat, mengerakan kerjasama, dan menghormati keberagaman.
- h) *Leadership Competency* berkaitan dengan keahlian meletakkan diri, mengembangkan operasional, mengelola transisi, dan mendirikan visi.
- i) *Client Service Competency* merupakan kompetensi bersifat mengidentifikasi dan menganalisa pelanggan, bekerja dengan pelanggan, berkomitmen dengan kualitas.
- j) *Business Competency* berkaitan dengan manajemen finansial, keahlian mengambil keputusan.
- k) *Self Management Competency*, berhubungan motivasi diri.
- l) *Technical Operational Competency*, menjalankan kewajiban dan bekerja menggunakan komputer.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa tipe kompetensi yaitu, seseorang yang wajib dapat menentukan tujuan, mengambil keputusan, memiliki keahlian bercakap, membangun tujuan, menghormati orang lain dan keberagamanm, merencanakan visi, bekerja dengan pelanggan dan sistem, percaya diri dan berpikiran strategis dan logis.

2.1.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Kompetensi

Michael Zwel dalam Sedarmayanti menjelaskan ada macam-macam faktor yang dapat mempengaruhi kompetensi, diantaranya³⁴:

- a) Kepercayaan dan nilai: sikap dan perilaku seseorang sangat berdampak terhadap kepercayaan dan nilai seseorang.

³⁴ Sedarmayanti, *Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja Dan Produktivitas Kerja*, edisi kesatu, Bandung: PT. Refika Aditama, 2017, hlm 237

- b) Isu emosional: biasanya penguasaan kompetensi seringkali dibatasi oleh hambatan dan emosional.
- c) Keahlian dan keterampilan: dengan memperbaiki keahlian dan keterampilan akan meningkatkan kecakapan kompetensi.
- d) Pengalaman: banyaknya pengalaman akan menjadikan seseorang handal terhadap kewajiban.
- e) Kapasitas intelektual: kemampuan berfikir konseptual dan analitis akan berimbas terhadap kompetensi.
- f) Karakteristik individu: kepribadian seseorang akan berimbas terhadap kompetensi seseorang.
- g) Motivasi: hasil yang dicapai merupakan dampak dari seberapa besar motivasi terhadap suatu pekerjaan.

2.1.3 DISKON

2.1.3.1 Penjelasan Diskon

Diskon adalah kompoen dari harga yang diberikan penjual. Harga merupakan suatu komponen dalam pemasaran yang menganugrahkan pendapat perusahaan. Dari pandangan konsumen harga merupakan pemicu yang berkaitan dengan manfaat yang dirasakan. dengan begitu dappat disimpulkan bahwa tingkat harga yang konsumen rasakan naik maka nilai juga naik, begitu juga sebliknya. Diskon adalah potongan harga yan di berikan kepada konsemen.³⁵

Menurut Sutisna, “Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu”.³⁶ Menurut Tjiptono, “Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan

³⁵ Rakhmat Eko Prasojo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan Di AUTO2000 Sungkono Surabaya*, Jurnal & Riset Manajemem Vol. 2 No. 11, 2014, hlm 5

³⁶ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja, 2001 hlm 123

atas aktivitas tertentu dari pembeli”.³⁷ Menurut Syabbul Bachri diskon menurut istilah *fukaha* disebut *al-naqish min al-tsaman* (penurunan harga). Menurut istilah diskon ialah *khasm*. Dalam islam diskon masuk ke dalam akad *muwadla'ah*. *Bay' al-muwadla'ah* ialah jual beli diman harga penjualan lebih rendah dari harga pasar atau bisa di sebut (*discount*).³⁸ Dapat disimpulkan diskon iyalah potongan harga untuk pembeli yang di jadikan sebagai sarana strategi agar konsumen menjadi loyal.³⁹

2.1.3.2 Jenis-Jenis Diskon

Berikut merupakan jenis jenis dalam diskon⁴⁰ :

a) Diskon Tunai

Penurunan harga untuk melunasi tagihannya dengan *ontime*. Misal “2/10, net 30” diartikan pelunasan dalam waktu 30 hari, dengan pembelian bisa berkurang 2% apabila melunasi paling lama 10 hari.

b) Diskon jumlah

Penurunan harga untuk konsumen yang belanja banyak.

c) Diskon Musiman

Pengurangan harga pada konsumen untuk membeli diluar musim.

d) Diskon Fungsional

Potongan harga yang diberikan oleh atasan apabila mereka melakukan tertentu.

e) Potongan (*allowance*),

Potongan harga atas tukar tambah suatu barang.

³⁷ Fandy Tjiptono, *pemasaran esensi dan aplikasi*, Yogyakarta: andi ofset, 2001, hlm 236

³⁸ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta:Pustaka Alvabet, 2006, hlm 27

³⁹ Rakhmat Eko Prasajo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan Di AUTO2000 Sungkono Surabaya*, Jurnal & Riset Manajemen Vol. 2 No. 11, 2014 hlm 6

⁴⁰ Philip Kotler dan kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, new jersey: pearson education, Inc, 2006, hlm 103

2.1.3.3 Tujuan Sistem Diskon

Tujuan pemberian potongan, adalah⁴¹:

- a) Mengerakkan konsumen agar membeli dalam jumlah banyak yang berimbah pada volumen penjualan naik.
- b) Pembelanjaan dapat di pusatkan kepeduliannya terhadap produk tersebut, mengakibatkan mempertahankan atau menambahnya konsumen.
- c) *sales service* agar menimbulkan pembelian.

2.1.3.4 Diskon Dalam Persepektif Ekonomi Islam

Menurut islam diskon disebut *al-naqis minal-tsaman*. Diskon diartikan *khasm*. Dalam islam diskon masuk kedalam akad *muwadla'ah* atau *Al-wadla'ah*. Akad *muwadla'ah* adalah aspek jual beli perbandingan harga beli dan jual. Jual-beli dimana produsen melakukan penjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar di sebut *bay al-muwadla'ah*.⁴²

Menurut ibnu taimiyah terdapat dua jenis yang membedakan harga adalah harga yang terlarang dan harga yang disukai. Harga yang di sukai adalah harga yang masuk akal dan tidak ada penipuan di dalamnya.⁴³

Ibnu qodamah mengajukan 2 alasan terkait dengan penetapan harga, yaitu⁴⁴:

- a) Rasulullah SAW tidak pernah menetapkan harga. Apabila penetapain di bolehkan niscaya rasulullah SAW akan melaksanakannya
- b) Memasang harga merupakan *zulm* (ketidakadilan), dimana islam melarang. Seseorang berhak memasarkan

⁴¹ Arif isnaini, *model dan strategi pemasaran*, makasar: Ntp Press, 2005, hlm 90

⁴² Erry Fitria Primadhani, *tinjauan hukum islam terhadap sistem diskon* Skripsi Jurusan Hukum Bisnis islam, Uin Maulana Malik Ibrahim, hlm 22

⁴³ Abdul Azim Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Surabaya Bina Ilmu, 1997, hlm 94

⁴⁴ Madnsir dan Khoirudin, *Etika Bisnis dalam Islam*, Bandar Lampung: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2014, hlm 175

barang dagangannya berapapun itu, asalkan ada kesepakatan dengan pembeli.

2.1.3.5 Hukum Dan Diskon Dalam Perspektif Islam

Pada kitab *Dalwabithul al-tsamani wa tathbiqatuhi fi aqil bay*, harus tetra harga semula barang yang diberikan diskon yang di maksud agar tidak membawa hal-hall yang di haramkan seperti: penipuan / kecurangan terhadap konsumen.

Untuk harga barang semula yang dikenai diskon dilarang berbeda dari keadaan awal, jika berbeda maka termasuk riba, dan riba dalam ekonomi islam adalah haram. Sebagaimana yang di jelaskan pada firman Allah SWT:⁴⁵

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Maknanya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti bedirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tertekan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah sebab mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka bagi apa yang di ambilnya dlu (sebelum datangnya riba) dan urusannya (terserah) kepada Allah.

⁴⁵ Menurut Hanafi dikutip Samir Abdun Nur Jaballahu, dikutip pada skripsi Erry Fitria Primadhani, *Tujuan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon*, UIN Malang, 2012, 103

Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.

(QS.Al-baqarah: 275)

2.1.4 Kepuasan

2.1.4.1 Pengeritan kepuasan konsumen

Pendapat Kotler kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa dari ekspektasi atas parang yang yang di dihasilkan.⁴⁶ menurut para ahli pemasaran mengartikan kepuasan konsumen sbagai berikut, adalah⁴⁷:

- a) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ialah tanggapan pelanggan atas penilaian ketidaksesaian (*disconfirmation*) harapan dan pemakaian barang.
- b) Suatu respon emosional pada penilaian atas pengetahuan suatu barang dan jasa.
- c) Kepuasan pelanggan hasil dari ekspektasi purna beli diaman yang di pilih setidaknya sama atau melampaui harapan.
- d) Kepuasan ialah tingkat perasaan setelah menbandingkan kinerja dengan harapan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelangan ialah perbedaan harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Dalam islam kepuasan tidak hanya mecakup kinerja sesauai dengan harapan pelangan secara material, akan tetapi di lihat dari *spiritual*. Seperti di lihat dari produk jika produk itu halal,berbeda jika barang haram, mereka tidak akan

⁴⁶ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm. 138.

⁴⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006, hlm 24

menggunakan⁴⁸ Bisa dikatakan kepuasan menurut islam yaitu kegiatan jual beli yang ada pada albel halal dan haram dan juga berkah atau tidak barang yang akan di beli.⁴⁹

Kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan game, pada dasarnya tujuan dari pembuatan game adalah agar para pemain merasa puas. Terjadinya kepuasan pemain memberikan manfaat yang banyak diantaranya terciptanya loyalitas pemain, hubungan antara *developer* dan pemain menjadi harmonis, dan membentuk suatu rekomen dari dari mulut ke mulut yang akan memberikan untuk kepada *developer*.⁵⁰ kepuasan yang lain adalah jual beli barang dalam game aman dari heackers, dan terhindar dari lag atau bahkan *disconnect*. Ketidak puas dalam dunia game online adalah timbulnya macet, *disconet*, *cheater*. Andaikan masalah tersebut langsung ada tanggapan dari *developer* menjadikan kepuasan konsumen semakin tinggi atas game tersebut.

Dapat di tarik kesimpulan dari pengertian diatas kepuasan ialah keadaan emosional rekasi setelah pembelian.

2.1.4.2 Cara mengukur kepuasan konsumen

Terdapat beberapa cara mengukur kepuasan, sebagai berikut:⁵¹

1. Sistem saran dan keluhan

Banyak berbisnis menyediakan kotak saran&keluhan setelah di rasakan oleh konsumen. Ada

⁴⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah-Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indah, 2010, hlm.15-16

⁴⁹ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008, hlm 109

⁵⁰ Forsythe, Perry John, *Counstruction Service Quality and Satisfaction for a Targeted Housing Customer. Enggenering Construction and Architectural Management, Vol 23 Iss 3*, 2016, hlm 1- 3

⁵¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016, hlm 285.

juga yang di sampaikan melalui costemer dan telpon bebas pulsa atas Kritikan dan sarannya.

2. Survei

Dalam hal ini perusahaan memberikan survei agar mengetahui komentar konsumen. Survei juga dapat dijalankan menggunakan *e-mail*, *website*, telpon, aupun wawancara langsung. Disini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan juga memberikan anggapan yang baik atas perusahaan manaruh kepedulian untuk konsumen.⁵²

3. Pembeli bayangan

Perusaahaan memerintahkn orang sebagai pembeli. Setelah itu melaporkan hasil dari pembelian. Tidak hanya itu manajer disini juga harus turun kelapangan karena pengalaman manajer sangat penting agar data dan informasi yang di peroleh langsung dialami sendiri

4. Analisis pelanggan yang lari

Pelangan berhenti, mencoba menghubungi Merekalagi ditanya mengapa mereka berhenti.⁵³

2.1.4.3 Sebab timbulnya ketidakpuasan konsumen

Timbulnya rasa ketidak puasan terhadap sesuatu bisa di karenakan sebagai berikut.⁵⁴

1. Ttidak sesuainya harapan dan kenyataan.
2. Perilaku personil kurang memuaskan.
3. Layanan tidak memuaskan .
4. Keadaan lingkungan tidak terjangkau.

⁵² Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfacation*, Yogyakarta: Andi, 2016, hlm 220

⁵³ Fandy Tjiptono, *service management, mewujudkan layanan yan prima*, Yogyakarta: Andi, 2017, hlm. 293

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *service management, mewujudkan layanan yan prima*, Yogyakarta: Andi, 2017, hlm 286

5. Biaya amat mahal, tidak sesuai antara jarak dan waktu yang di buang dan harga tidak sesuai dengan jarak yang di tempuh.
6. Promosi berlebihan, tidak sesuai dengan aslinya.

2.1.4.4. Kepuasan konsumen dalam perspektif islam

Menurut ekonomi islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum.⁵⁵ Adapun konsep masalah dalam konsumen islam menurut imam shatibi istilah masalah maknanya umumnya adalah *utility* atau kepuasan, pada termitologi ekonomi konvensional. Kegiatan ini mencakup produksi, konsumsi, pertukaran yang harus dikerjakan sebagai suatu '*religious duty*' atau ibadah. Tujuannya bukan kepuasan dunia tapi kejesahteraan akhirat juga. Semua aktivitas tersebut, yang memiliki masalah bagi umat manusia, disebut '*needs*' atau kebutuhan.

Mencakup kebutuhan-kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi islam, dan usaha pencapaian itu adalah kewajiban dalam beragama. Adapun sifat-sifat masalah:

1. Masalah bersifat subjektif dalam artian bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan masalah atau bukan bagi dirinya.
2. Masalah orang perorang akan konsisten dengan orang banyak konsep ini berbeda dengan konsep patero optimum yaitu keadaan optimal dimana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat ketidakpuasan atau

⁵⁵ Pusat Pengkajian dan pengembangan ekonomi islam (P3EI) UIN Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia: Ekonomi islam: PT Raja Grafindo, Jakarta, 2008, hlm 28

kesejahteraan tanpa menyebabkan penurunan kepuasan atau kesejahteraan orang lain.

3. Konsep masalah mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat baik itu produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi.⁵⁶

2.1.5 Minat pembelian

2.1.5.1 Pengertian minat beli

Menurut Ali Hasan Minat beli menggambarkan hasrat konsumen untuk membeli produk.⁵⁷ Tindakan pembelian konsumen dipengaruhi oleh rangsangan (stimuli) dari luar maupun dalam dirinya, rangsangan bisa terjadi dari lingkungan ataupun pemasar.

Menurut Kotler & Keller minat beli adalah suatu tindakan konsumen dimana memiliki keinginan dalam menyeleksi barang, Keller menjelaskan bahwa minat beli dapat dikenalkan sebagai berikut⁵⁸:

- a) Minat transaksional, hasrat untuk membeli barang.
- b) Minat referensial, hasrat atas rujukan dari orang lain.
- c) Minat preferensial, perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d) Minat eksploratif, perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung barang yang diinginkan.
- e) Minat merupakan suatu gambaran dan kondisi sikap keinginan seseorang sebelum melakukan suatu tindakan sebagai dasar dalam melakukan tindakan tersebut.

⁵⁶ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2007, hlm 62

⁵⁷ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS, 2013, hlm 173.

⁵⁸ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran 13*, Jakarta: Erlangga, 2010, hlm

Menurut Durianto, *et al* minat beli adalah suatu yang berhubungan atas rencana pembeli untuk membeli barang, dan seberapa banyak yang di butuhkan.⁵⁹

Dari pengertian diatas dapat diartikan minat beli adalah perilaku yang muncul atas suatu tanggapan untuk barang dan rencana konsumen untuk membeli.

2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat beli

Ada 3 pendapat yang mempengaruhi munculnya minat beli menurut Crow and Crow, adalah:⁶⁰

- a) Hasrat dari dalam diri, misal hasrat untuk makan.
- b) Motif sosial, misal keinginan mendapat sorotan dari orang lain.
- c) Emosional, misal seseorang merasa senang atas barang tersebut maka menjadikan keinginan pembelian.

2.1.5.3. Minat Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Imam Al-Ghazali membedakan antara keinginan (*syahrwat*) dan kebutuhan (*hajat*). Menurut beliau *hajat* ialah keinginan manusia untuk memperoleh yang di perlukan untuk mempertahankan keseimbangan hidup. beliau juga menfokuskan pentingnya niat. Konsumsi dilakukan untuk beribadah kepada Allah SWT. pemikiran ini sangat berbeda dengan konsumsi konvensional yang materialis. pemikiran konvensional yang memandang konsumsi ialah keinginan, nafsu, dan harga barang. Tidak mepedulikan secara spiritual sebab itu bukan dari ilmu ekonomi.⁶¹

⁵⁹ Darmadi, Durianto, Anton Wachidin Widjaja dan Hendrawan Supratikno, *Inovasi Pasar Iklan dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm 109

⁶⁰ Gunarto, *minat siswakeselas atas SDN cangkrikan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tenis meja tahun pelajaran 2007/2008*, Yogyakarta: Srikpsi FIK, UNY, 7 2007, hlm 7

⁶¹ Ahmad Izzan & Shari Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, Cet 1, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006, hlm 354

Sebelum menjalakan pemasaran, penjual wajib menimbulkan minat beli konsumen dengan membuat promosi yang menarik atau setidaknya mempercantik kemasan agar konsumen tertarik dan mencari informasi mengenai produknya.

Dalam berbisnis menarik perhatian konsumen memanglah susah, apalagi manik minat konsumen agar membeli produk, sebab, mereka yang memutuskan pembelian. Jadi penjual harus kreatif untuk mendapatkan konsumen dan menjadikan mereka pelanggan tetap. Apabila yang dilakukan belum juga ada hasil padahal sudah maksimal maka bersabarlah karena semua itu pasti ada hasilnya, seperti dalam firman Allah SWT⁶²:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ

Artinya:

“dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).” (QS An-Najm: 39-40)

Seseorang membeli barang timbul karena kebutuhan ataupun keinginan. Kebutuhan yaitu sesuatu yang harus diwujudkan karena produk berfungsi dengan sempurna. Keinginan yaitu hasrat seseorang terwujud akan tetapi belum tentu meningkatkan fungsi barang.

Islam membolehkan manusia untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun

⁶² Mustafa Edwin Nasution, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*, Jakarta: Graha Ilmu, 2011, hlm 130

manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang /jasa yang halal dan baik secara sewajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap di bolehkan selama hal itu mampu manambah masalah atau tidak mendatangkan mudharat.⁶³

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian yang Digunakan	Alat Analisis yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Elgharori Hadi (2013)	KOMUNITAS CLAN WUTANG KUNGFU LEGACY ONLINE (Studi Kasus Dampak Positif dan Negatif Game onilne Dalam persepektif Kesejahteraan Sosial)	Variabel Independen: dampak positif dan negatif game onilne Variabel Dependen: kesejahteraan sosial	Alat anaslisis kualitatif yang bersifat deskriptif yang menggunakan teknis purposive sampling	Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa Game online bisa membuat seseorang menjadi adikatif, melupakan kehidupan nyata, dan mengesampingkan disi sendiri. Adapun dampak positifnya mempunyai banyak teman, sebagi hiburan non material, dan menjadikan sarana untuk mencari uang.
2.	Rahmat Anhar (2014)	Hubungan Kecanduan Game online dengan Keterampilan Remaja di 4 Game canter di Kecamatan Klojen Kota Malang	Variabel Independen: Keterampilan sosial pada remaja Variabel dependen: Kecanduan Game online	Alat analisis kuantitatif menggunakan pursosive sampling dan analisis simpel linier regression	Hasil penelitian ini menjelaskan adanya tingkat kecanduan <i>game online</i> yang tinggi sedangkan keterampilan sosial yang rendah
3.	Endhar Widjaya	Pengaruh diskon	Varibel independen:	Alat analisis kuantitatif	Hasil dari penelitin diskon berpengaruh

⁶³ Maudy Vena Meylinda, *Pandangan Ekonomi Isalm Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2017, hlm 30*

	putra, Srikandi Kumadji, Edy yulianto	terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (studi pada konsumen yang membeli diskon di matahari departement store pasar besar malang	diskon Variabel dependen: minat beli, keputusan	menggunakan teknik Purposive Sampling dan kuesioner	tidak signifikan terhadap keputusan dan berpengaruh langsung terhadap miant beli.
4.	Yoandriatur Barita Tampubolong (2012)	Pengaruh Nilai Pengalaman dan Gaya Hidup Bermain Game online terhadap kepuasan Konsumen	Variabel independen: nilai pengalaman, gaya hidup. Variabel dependen: kepuasan konsumen.	Alat analisis menggunakan analisis frekuensi dan independet t-test, dan one way anova	Hasil dari penelitian berpengaruh signifikan antara nilai pengalaman dengan kepuasan game, dan gaya hidup dengan dengan kepuasan juga berpengaruh signifikan.
5.	Bastian (2015)	Pengaruh kompetensi karakter, nilai virtual item, dan kepuasan game terhadap, intensitas pembelian virtual item dalam Game online "dota II"	Variabel independen: kompetensi karakter, nilai virtual item, kepuasan game. Variabel dependen: pembelian virtual item	Alat analisis kuantitatif menggunakan kuesioner regresi linier berganda	Penelitian ini menjelaskan berpengaruh signifikan karakteristik, nilai virtual item, dan kepuasan dengan intensita pembelian virtual item
6.	Reza djamaludin, paulus kindagen, maria tielung	Analisis pengaruh nilai komsumsi terhadap pembelian barang virtual pada dota: studi kasus a case di feb	Variabel independen: nilai fungsional, sosiasl, emosional, kepuasan Variabel	Alat analisis kuantitatif menggunakan purposive sampling	Hasal dari penelitain menjaga dan memperhatikan secara khusus pengembangan nilai kepuasan terhadap game dan identifikasi karakter

		unsrat manado	dependen: pembelian virtual good		
7.	Erry fitria primadha ny	Tinjauan hukum islam terhadap sitem diskon (studi kasus pertokoan pasar baru palangkaraya	Variabel ini menggunakan sistem analisa sistem diskon di tinjau dali hukum islam	Menengunakana pendekatan kualitatif dan dianalisis dengan deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian menjelaskan tinjauan hukum dibagi menjadi 2 yaitu: di perbolehkan karena rukun dan syarat jualbeli telah terpenuhi dan ada ada satu toko yaitu toko any yang menjadi haram karena terdapat usnsur taddis dan najasy.
8.	Kornelius wahyu fabrianto	Pengaruh nilai konsumsi terhadap niat beli virtual item kostomisasi hero (studi kasus defence of the ancient 2)	Variabe independen: nilai konsumsi Variabel dependen: pembelian virtual item	Alat analisis kuantitatif menggunakan deskriptif, dan kasual, responden.	Hasil dari penelitian menjelasakn bahwa nilai emosional dan nilai sosial mempengaruhi niat beli virtual item dota 2, sedangkan variabel nilai fungsional tidal berpengaruh.
9.	Arif febrian agung	Analisis harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pesepektif ekonomi islam(studi komparatif pada konsumen indomaret dan suwalayan surya jalur 2 kopri)	Variabel independen : Harga kualitas pelayanan Variabel dependen: Kepuasan konsumen	Menggunakan metode kualitatif yang bersifat komparatif	Terdapat perbedaan harga dan kualitas pelayanan yang signifikan antara suwalayan surya dan indomaret terhadap kepuasa pelanggan

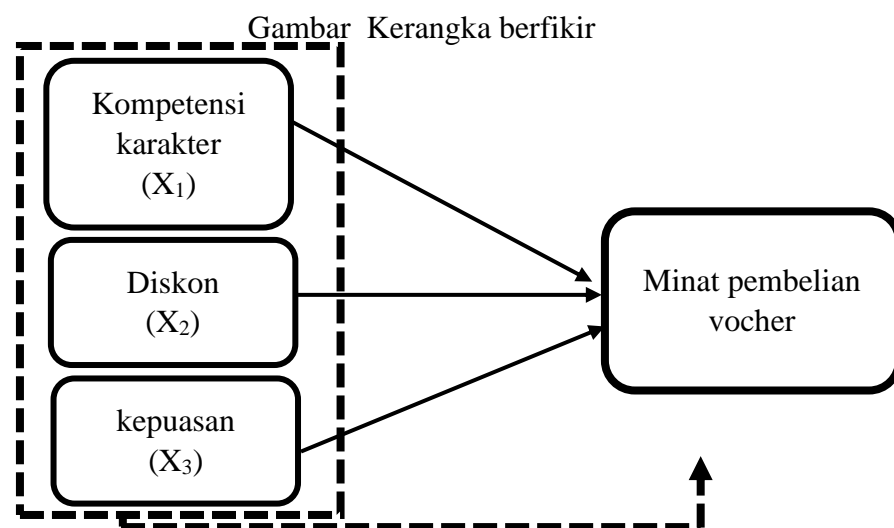
No	Judul penelitian terdahulu	Perbedaan dalam penelitian terdahulu
1	KOMUNITAS CLAN WUTANG KUNGFU LEGACY ONLINE (Studi Kasus Dampak Positif dan Negatif Game online Dalam persepektif Kesejahteraan Sosial)	Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah variabelnya dimana penelitian terdahulu menjelaskan tentang dampak terhadap kesejahteraan sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter diskon dan kepuasan terhadap minat beli dalam perspektif ekonomi islam
2	Hubungan Kecanduan Game online dengan Keterampilan Remaja di 4 Game canter di Kecamatan Klojen Kota Malang	penelitian terdahulu menjelaskan hubungan antara kecanduan dengan keterampilan sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter diskon dan kepuasan terhadap minat beli dalam perspektif ekonomi islam
3	Pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (studi pada onsumen yang membeli diskon di matahari departement store pasar besar malang	Yang membedakan penelitian terdahulu adalah diskon terhadap keputusan pembelian sedangkan skripsi ini menjelaskan tidak hanya diskon saja melainkan karakter dan kepuasan terhadap minat beli ekonomi islam tidak dengan keputusan pembelian
4	Pengaruh Nilai Pengalaman dan Gaya Hidup Bermain Game online terhadap kepuasan Konsumen	Penelitian terdahulu menerangkan tentang gaya hidup dan pengalaman bermain menjadikan kepuasan, sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter diskon dan kepuasan terhadap minat beli dalam perspektif ekonomi islam. Kepuasan menjadi variabel independen bukan dependen
5	Pengaruh kompetensi karakter, nilai virtual item, dan kepuasan game terhadap, intensitas pembelian virtual	Penelitian skripsi ini menjelaskan karakter,

	item dalam Game online “dota II”	diskon, dan kepuasan terhadap minat beli dalam perspektif ekonomi islam tidak menjelaskan tentang nilai virtual item atau pun invensitas pembelian yang terdapat di penelitian terdahulu.
6	Analisis pengaruh nilai konsumsi terhadap pembelian barang virtual pada dota: studi kasus a case di feb unsrat manado	Perbedaan skripsi ini dengan terdahulu adalah penelitian terdahulu menerangkan nilai konsumsi terhadap barang virtual, sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter diskon dan kepuasan terhadap minat beli voucher dalam persepektif islam
7	Tinjauan hukum islam terhadap sitem diskon (studi kasus pertokoan pasar baru palangkaraya)	Penelitian ini menjelaskan tentang sistem diskon dengan hukum islam, sedangkan skripsi ini menjelaskan tidak hanya menjelaskan tentang diskon akan tetapi juga menjelaskan karakter dan kepuasan terhadap minat beli voucher dalam persepektif islam
8	Pengaruh nilai konsumsi terhadap nait beli virtual item kostomisasi hero (studi kasus defence of the ancient 2)	Perbedaan penelitain ini dengan terdahulu adalah penelitian terdahulu menjelaskan dimana nilai emosional dan sosial ity berpengaruh dengan niat beli virtual item, sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter diskon dan kepuasan terhadap minat beli voucher dalam persepektif islam bukan virtual item saja.
9	Analisis harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pesepektif ekonomi islam(studi komparatif pada konsumen indomaret dan suwalayan surya jalur 2 kopri)	Penelitian terdahulu menerangkan harga dan kualitas terhadap kepuasan, sedangkan skripsi ini menjelaskan mengenai karakter

		diskon dan kepuasan terhadap minat beli voucher dalam persepektif islam, yaitu dima kepuasan menjadi independen bukan dependen.
--	--	---

2.3 Kerangka Berfikir

Searah dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah di bahas berikutnya adalah kerangka berfikir mengenai pengaruh kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game terhadap minat pembelian voucher dalam game online. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen dan dependen. Tiga variabel independen ialah kompetensi karakter, *diskon* dan kepuasan. Variabel dependen adalah minat pemebelian *voucher*. Pola *transendental* penelitian bisa di paparkan melalui konteks pemikiran pada gambar di bawah ini:



2.4 Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* artinya kurang dari, *thesis* artinya pertanyaan dan pendapat.⁶⁴ Hiptesis penelitian merupakan jawaban

⁶⁴Suharyadi 7dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, 7hlm. 81

sementara terhadap rumusan masalah penelitian,hipotesis adalah gmabaran yang bersifat sementara atas masalah penelitian.⁶⁵

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : Variabel kompetensi karakter berpengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian virtual item.
- H₂ : Variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian virtual item.
- H₃ : Variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian virtual item.
- H₄ : Variabel kompetensi karakter, diskon dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian voucher.

⁶⁵Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 76

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggambarkan penelitian lapangan yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data yang relevan.⁶⁶ Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana peneliti menganalisis data secara mendalam dalam bentuk angka.⁶⁷

3.1.2. Sumber Data

sumber data penelitian ini yaitu bahan dimana data didapatkan. Apabila peneliti memakai kusioner atau wawancara dalam mengumpulkan data, maka sumber data data itu bisa dikatakan responden, ialah orang yang menjawab pertanyaan penelitian.⁶⁸

Asal yng akan digunakn pada penelitian\$ini adalah:

1. Data Primer

Data yang didapat dari sumber pertama ditempat atau materi penelitian.⁶⁹ Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner untuk pengguna warnet pratama *e-sport* arena.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapat dari sumber kedua seperti jurnal, majalah, koran, dll yang berkaitan dengan penelitian ini.⁷⁰ atau bisa dikatakan data didiapat secara tidak langsung. Untuk mendapatkan data, peneliti mengutip beberapa data dari usaha yang bersangkutan, buku, brosur, jurnal,

⁶⁶Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hlm. 46.

⁶⁷Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005, hlm. 93.

⁶⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, hlm 129.

⁶⁹M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005, hlm 132.

⁷⁰ Ibid.

wabsite, dan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi yaitu semua responden yang berada pada suatu tempat dan mencukupi persyaratan tertentu yang berkaitan dengan penelitian atau seluruh individu yang akan diteliti.⁷¹ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengguna warnet pertama *e-sport arena*.

Berdasarkan hasil yang didapat oleh peneliti, mendapat informasi bahwa pengguna warnet pertama *e-sport arena* berjumlah 150

3.2.2. Sampel

Sampel yaitu serpihan pada jumlah yang berada pada populasi. Dan apa yang didapati dan disimpulkan pada sampel berlaku juga pada populasi. Oleh sebab itu sampel yang digunakan benar-benar mewakili.⁷²

Cara untuk menentukan sampel ini menggunakan cara Slovin, rumus seperti dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (margin of error)

dalam hal ini penelitian juga menggunakan tingkat kesalahan (e) kira-kira sebanyak 10%. jadi perhitungannya:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁷¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Cet. 3*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hlm. 74

⁷² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014, hlm. 62.

$$n = \frac{150}{1 + 150(10\%)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150 (0,01)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti ialah simpel random sampling pengambilan sampel yang yang di jalankan secara acak tidak melihat jenjang atau pangkat yang terdapat pada populasi.yang dimana semua pengunjung warnet pratama *e-sport* arena mendapat kesempatan untuk digunakan sebagai sampel.⁷³ Cara pengambilan sampel ini disebut dengan cara sensus yang diartikan sampel benar-benar menggantikan keadaan sebenarnya.⁷⁴

3.3. Metode Pengumpulan Data

Riset penelitian menggunakan *metode* pengumpulan data menggunakan 2 cara, sebagai berikut:

3.3.1. Studi lapangan (*FieldResearch*)

Study dilaksanakan secara langsung ke lapangan agar mendapatkan data objek penelitian. *Metode* yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner yaitu sejumlah pertanyaan yang di tulis agar mendapatkan infoemasi tentang yang hendak di ketahui, dengan memberikn centng (✓) pda kolom yang telah diberikan.⁷⁵

Kuesioner bisa dilihat dari golongan jenis, jawaban, dan bentuknya brikut:⁷⁶

⁷³Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 138.

⁷⁴Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012, hlm. 23.

⁷⁵Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013, hlm. 101

⁷⁶*Ibid*, hlm. 102-104

1. Jenis Kuesioner:

- a. Koesioner terbuka, menyerahkan untuk responden agar menjawab dengan kata-kata sendiri.
- b. Kuoesianer tertutup, sudah diberikan jawabannya, hanya perlu mencoret centang pada kolom yang di berikan.

2. Jawaban yang diberikan:

- a. Kuesioner langsung, responden menjawab tentang dirinya.
- b. Kuesioner tidak langsung, responden menjawab tentang orang lain.

3. Bentuknya:

- a. Kuesioner pilihan ganda, Persisi kuesioner tertutup.
- b. Kuesioner isian, persis kuesione terbuka.
- c. Check list, daftar dimana responten tinggal memberika tanda centang (√) pda tempat yng disediakan.
- d. Skala bertingkat (*rating-scale*) atau bisa dikatakan Skala Likert, adalah pertnyaan yang besarta dengan kolom yang menunjukkan tingkatan, misal sangat setuju hingga tidak setuju.

Kuesioner yng dipakai penelitian ini yaitu kuoesianer lngsung tertutup, dimana sudah ada jawabannya sehingga responden hanya memilih mana yang sesuai dengan dirinya. Dan bentuk penelitian ini memakai sekala interval berupa skala bertingkat (*rating-scale*) yang menunjukkan tingkatan berupa jawaban dari sangat setuju hingga tidak setuju.

Penelitian, menggunakan sistem disebut ialah skala likert, adalah skala yang dipakai untuk mengukur persepsi seseorang, pendapat, sikap kedalam 5 point skala interval. Berikut skor pertanyaan kuesioner:⁷⁷

⁷⁷Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm.26.

Tabel 3.1
Skor pertanyaan Variabel X₁, X₂, X₃ dan Y

No	Pernyataan	Skor
1	Jawaban sangat setuju (SS)	5
2	Jawaban setuju (S)	4
3	Jawaban netral (N)	3
4	Jawaban tidak setuju (TS)	2
5	Jawaban sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sofyan, 2013

3.3.2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Keputusan adalah pengumpulan data dari buku, jurnal, dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Variabel penelitian dan pengukuran

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel yaitu suatu aspek objek yang memiliki variasi tertentu untuk dimasukan peneliti agar dipelajari dan disimpulkan. Variabel dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Mengambarkan fenomena bermacam-macam elemen yang didalamnya menentukan berpengaruh antara variabel-variabel terkait. Variabel bebas penelitian ini adalah kompetensi karakter (X₁), diskon (X₂) dan kepuasan (X₃).

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel yang bisa di pengaruhi variabel-variabel lainnya.⁷⁸ Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat pembelian voucher (Y).

⁷⁸Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008, hlm. 115.

3.4.2. pengukuran

menjadi sebuah proses deduktif. peneliti jalan dri sebuah konruksi, konsep, dan ide, setelah itu disusun perangkat ukur agar mengamatinnya secraftsempiris.⁷⁹

Tabel 3.2
Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Kompetensi karakter (X1)	Sedarmayanti (2008) Pengertian kompetensi menurut Sedarmayanti adalah karakteristik mendasar yang dimiliki seseorang yang berpengaruh langsung terhadap, atau dapat memprediksikan kinerja yang sangat baik	1. Motif. 2. Kemampuan dan status karakter. 3. Level arakter yang dimaikan dalam game. 4. Game point yang didapat. (Bastian, 2015)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
Diskon (X2)	menurut islam diskon sebutan <i>al-naqis minal-tsaman</i> . Diskon diartikan dengan istilah <i>khasm</i>	1. Besar kecilnya potongan 2. Waktu 3. Jenis (Indra Bayu Baskara)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
Kepuasan (X3)	menurut imam shatibi istilah masalah yang maknanya lebih luas adri sekedar <i>utility</i> atau kepuasan dalam	1. Kualitas dan pelayanan game. 2. Pemikiran bahwa game yang dimaikan bagus.	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

⁷⁹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 89.

	termitologi ekonomi konvensional. Kegiatan ini meliputi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang harus dikerjakan sebagai suatu ' <i>religius duty</i> ' atau ibadah.	3. Keputusan memainkan game tersebut adalah keputusan yang baik. (Bastian, 2015)	
Minat pembelian voucher	keinginan Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahrwat) dan kebutuhan (hajat). Menurut beliau Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.	1. Attention (perhatian barang) 2. Interest (ketertarikan) 3. Desire (keinginan) 4. Action (melakukan) (Muhammad Fakhru Rizki dan Hanif Yasin)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu aktivitas sesudah seluruh data responden terkumpul. Aktivitas ini yaitu: pengelompokan data sesuai dengan variabel, menyajikan tiap data variabel yang telah diteliti, melakukan perhitungan dan menjawab rumusan masalah, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸⁰

Analisis yang diperoleh pada penelitian ini akan menggunakan bantuan teknologi komputer yang telah di kembangkan yaitu program SPSS 23. Sebelum mengerjakan uji regresi linier berganda peneliti harus terlebih dahulu mengerjakan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik.

⁸⁰Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen Cet. Ketiga*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014, hlm.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui diterima atau tidak sebuah kuesioner. Variabel dibidang diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, begitu juga sebaliknya.⁸¹

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran apakah tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau bahkan lebih, terhadap fenomena yang sama dan alat yang sama juga. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha* melebihi 0,6, begitu juga sebaliknya.⁸²

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berfungsi agar tahu apa data penelitian mencukupi syarat agar dianalisis, untuk menjawab pada hipotesis penelitian.⁸³ Dikarenakan itu untuk mencukupi syarat tersebut, peneliti harus melakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar melihat apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki penyaluran normal atau tidak. Uji normalitas dikatakan baik yaitu penyaluran data yang normal setidaknya mendekati normal.

Dalam melakukan pengambilan keputusan bisa menggunakan berdasarkan probabilitas, adalah:⁸⁴

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka bisa dikatakan normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka bisa dikatakan tidak normal.

⁸¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20* UNDIP, Semarang, 2012. Hlm 52.

⁸²Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm.135.

⁸³Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial*, PTRaja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, Hal 92.

⁸⁴Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media cet.1, 2010, hlm.54-58.

Normalitas data bisa cek dari plot grafik histogram. Jika garis diagonal mengikuti garis yang menggambarkan garis yang sebenarnya jadi bisa dinyatakan normal.

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah cara mengetahui apa terdapat hubungan linier yang sempurna antara beberapa variabel independen. Variabel dinyatakan bermasalah multikolinieritas jika nilai toleransi kurang dari 0,10 dan mempunyai VIF lebih banyak dari 10.⁸⁵

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terjadi ketidaksamaan varian. Dinyatakan baik dalam uji ini apabila tidak mengalami heteroskedastisitas. Cara agar mengetahui uji ini adalah memakai uji glejser.⁸⁶

Adapun pengambilan keputusan untuk uji glejser yaitu:

1. Apabila nilai Sig lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai Sig kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

3.5.4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan agar memaparkan sebuah repon memakai lebih dari satu variabel input.

persamaan regresi berganda di rumuskan seperti:⁸⁷

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

keterangan:

Y = variabel respons,

X₁ = kompetensi katakter

X₂ = dikon

⁸⁵Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen Cet 3*, Bandung: Penerbit Afabeta, 2014, hlm 242

⁸⁶Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013, hlm. 107.

⁸⁷Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Pradanamedia Group, 2016, Hlm 318.

- X_3 = kepuasan
 a = konstanta
 b = parameter regresi
 e = *error disturbances*

3.5.4.1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui dampak dari masing-masing variabel independen secara pribadi.

1. Merumuskan hipotesis statistik

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, jadi X_1 dan X_2 secara parsial tidak mempengaruhi signifikansi Y
- b. $H_1 : \beta_1 > 0$, jika X_1 dan X_2 secara parsial mempengaruhi signifikansi Y

2. Kaidah pengambilan keputusan

- a. Di terima H_0 , apabila $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$
- b. Di tolak H_0 , apabila $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$

peraturan keputusan untuk uji t memakai SPSS ialah:

- a. apabila probabilitas > 0.05 jadi H_0 di terima H_1 di tolak
- b. apabila probabilitas < 0.05 jadi H_1 di terima H_0 di tolak⁸⁸

3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan agar ukuran besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila R^2 semakin besar maka bisa dibilang semakin banyak kemampuan variabel X untuk menjelaskan variabel Y diaman $0 < R^2 < 1$, begitu juga sebaliknya.⁸⁹

3.5.4.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan agar melihat sebesar apa pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap dependen. Rumus hipotesis sebagai berikut:

⁸⁸*Ibid.*, hlm. 525.

⁸⁹Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010, hlm. 89.

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, maknanya X1 dan X2 secara simultan tidak mempengaruhi signifikansi Y.
- b. $H_1^* : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, maknanya X1 dan X2 secara simultan mempengaruhi signifikansi Y. (Sudjana, 1996:355)

peraturan pengambilan keputusan:

- a. Apabila nilai F hitung $>$ F tabel jadi H_0 ditolak.
- b. Apabila nilai F hitung $<$ F tabel jadi H_0 di acc

Peraturan keputusan dalam uji F memakai SPSS ialah:

- a. Apabila probabilitas $>$ 0.05, jadi H_0 di acc H_1 diterima
- b. Apabila probabilitas $<$ 0.05, jadi H_0 ditolak H_1 di acc

Uji F dilakukan bertujuan menguji semua variabel, misal: membandingkan antara F hitung dengan F tabel.⁹⁰

⁹⁰Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 523.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran dan Lokasi Usaha

Warnet pratama *e-sport* arena telah berdiri lebih dari 3 tahun dengan nomer surat izin 555.68/0007 sang pemilik juga memiliki beberapa warnet lain seperti sentral yang berdiri sebelum warnet ini. Warnet pratama merupakan salah satu divisi usaha yang bergerak di bidang teknologi informasi. Warnet buka selama 24 jam, dengan tarif perjam yaitu Rp4000 harga berbeda dengan menggunakan paket, yaitu paket 2 jam Rp7000, paket 3 jam Rp10.000, paket 4 jam Rp13.000, paket 5 jam Rp16.000, dan paket malam 8 jam Rp18.000 yang dapat digunakan mulai pukul 00.00.

Untuk menarik minat konsumen/pengguna sejak berdirinya warnet pratama hingga sekarang fasilitas fasilitas yang ada terus dikembangkan mulai dari *upgrade* sistem operasi NOX *Tencent Gaming Buddy*, dll, yang tadinya hanya buat main game game komputer sekarang bisa bermain game-game hp, hingga melengkapi beberapa media pendukung penyimpanan file seperti *USB*, *disket*, dan juga fasilitas multimedia *headset* yang bisa buat obrolan. Dengan peningkatan yang telah dilakukan oleh warnet pratama, diharapkan dapat menarik minat calon konsumen/pengguna dan membuat pengguna merasa nyaman sehingga menjadikan konsumen tetap. Adapun beberapa fasilitas tambahan agar pengguna merasa lebih dari nyaman seperti beberapa minuman *softdrink*, kamar mandi/WC, serta halaman parkir yang aman, dll. Uniknyanya di warnet tersebut adalah apabila pengguna menggunakan *cheat*/ bermain curang biling penggunaan akan langsung habis.

Penentuan lokasi pemilik juga mendapat lokasi yang cocok yaitu di jalan jeruk, sampangan, kecamatan pekalongan, kota pekalongan. Yaitu terletak di dekat kawasan pasar dan lembaga pendidikan, berada

di dekat jalan utama yang membuat warnet tersebut mudah dikenal dan di jangkau oleh para calon pengguna.

4.1.2 Struktur usaha dan pembagian waktu

Struktur usaha pada warnet pratama *e-sport* arena di bagi menjadi beberapa divisi yaitu, manajer merupakan peran pemilik usaha yang bertanggungjawab penuh terhadap kegiatan warnet tersebut. Manajer membawahi langsung beberapa karyawan (operator warnet) yang ada di warnet tersebut. Apabila ada karyawan baru manajer secara langsung terlibat didalam proses perekrutan tersebut. Calon karyawan baru terlebih dulu di uji mengenai keahliannya di dalam mengoperasikan komputer oleh manajer. Apabila karyawan itu lolos maka akan dilakukan *training* dengan praktek langsung berinteraksi dengan konsumen/pengguna selama mereka berjaga. Untuk waktu kerja manajer menetapkan pembagian dengan waktu kerja persesi, yaitu:

1. Sesi pertama antara pukul 08.00 – 16.00 (8 jam)
2. Sesi kedua antara pukul 16.00 – 00.00 (8 jam)
3. Sesi ketiga antara pukul 00.00 – 08.00 (8 jam)

4.1.3 Strategi Usaha

Strategi pemilik agar memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat, sebagai berikut:

1. Melayani konsumen selama 24 jam nonstop selama 7 hari (seminggu).
2. Akses internet dengan kecepatan 256 kbps yang merupakan internet cepat dengan menyediakan 65 komputer.
3. Tempat duduk yang nyaman bagi pengguna.
4. Ruangan yang terdapat *blower* (kipas besar).
5. Dapur agar pengguna jikalau merasa lapar atau haus bisa memesan makanan seperti mie instan dan juga minuman minuman *softdrink* dioperator.
6. Kamar mandi/wc yang juga di sediakan sabun.
7. Dan juga tersedia fitur member
8. Biaya akses yang terjangkau
9. Tempat parkir yang aman

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna warnet pratama *e-sport* arena. Pengguna yang mewakili responden sebanyak 60 orang. Berdasarkan data dari hasil kuesioner kepada 60 responden, mendapatkan status responden tentang usia, tingkatan pendidikan, dan game yang sering dimainkan responden.

4.2.1. Usia responden

Sebanyak 60 responden di warnet pratama *e-sport* arena, bersumber pada usia respnden pada tabel di bawah:

Tabel 4.1

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	Dibawah 16th	29	48%
2.	16 - 20th	30	30%
3.	Diatas 21th	1	2%
Jumlah		60	100%

Sumber: data primer (diolah)

Tabel diatas menerangkan total responden berdasarkan usia yaitu responden dengan usia di bawah 16th sebanyak 29 pengguna atau dengan persentase 47%. Pengguna dengan usian 16-25th sebanyak 30 pengguna atau dengan presentase 52%. Pengguna dengan usia di atas 21 sebanyak 1 pengguna atau dengan presentase 2%.

4.2.2. Tingkat pendidikan

Sebanyak 60 responden di warnet pratama *e-sport* arena, berdasarkan pendidikan, responden bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.2

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1.	SD	7	12%
2.	SMP	23	38%

3.	SMA	16	27%
4	Mahasiswa/Sarjana	14	23%
Jumlah		60	100%

Sumber: data primer (diolah)

Tabel diatas menerangkan total responden berdasarkan tingkat pendidikan yaitu responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 7 penguna atau dengan persentase 11%. Tingkat pendidikan SMP sebanyak 23 penguna atau dengan presentase 38%. Tingkat pendidikan SMA sebanyak 17 penguna atau dengan presentase 28%. Tingkat pendidikan mahasiswa/sarjana sebanyak 14 penguna atau dengan presentase 23%.

4.2.3. Game yang sering di mainkan

Sebanyak 60 responden di warnet pratama *e-sport* arena, berdasarkan game yang sering di mainkan dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3

No	Game	Frekuensi	Presentase
1.	<i>FPS</i>	42	70%
2.	<i>Real-Time strategy</i>	1	1%
3.	<i>Cross-platfrom Online</i>	0	0%
4	<i>Browser Games</i>	1	1%
5	<i>MMORPG</i>	17	28%
Jumlah		60	100%

Sumber: data primer (diolah)

Tabel diatas menerangkan jumlah responden berdasarkan game yang sering di mainkan yaitu responden dengan FPS sebanyak 42 penguna atau dengan persentase 42%. Real-Time strategy sebanyak 1 penguna atau dengan presentase 1%. Cross-platfrom Online sebanyak 0 penguna atau dengan presentase 0%. Browser Games sebanyak 1

pengguna atau dengan presentase 1%. MMORPG sebanyak 17 pengguna atau dengan presentase 28%.

4.3 Analisis Data dan Pembahasan

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan untuk melihat keabsahan sebuah kuesioner. Keabsahan ini bisa didapatkan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . menurut Imam Ghozali variabel dinyatakan valid apabila r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan variabel dikatakan tidak valid jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$. r_{hitung} didapat dari jumlah uji validitas output kolom *correlations*. Sebaliknya r_{tabel} didapat dari derajat kebebasan (*degree of freedom*) atau $df = N-3$, nilai N ialah total responden berjumlah 60 responden dan 3 ialah total variabel bebas, di ketahui hasil $df = 60 - 3$ atau $df = 57$, dengan nilai $df = 57$ dan nilai alpha 0,05, jadi dalam penelitian didapat nilai r_{tabel} adalah 0,256. Apabila nilai r_{hitung} berdasarkan pertanyaan dari item variabel X1, X2, X3 dan Y lebih besar dari $r_{tabel} = 0,256$ jadi pertanyaan tersebut valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Kompetensi Karakter (X1)	X1.1	0,675	0,256	Valid
	X1.2	0,647	0,256	Valid
	X1.3	0,635	0,256	Valid
	X1.4	0,787	0,256	Valid
	X1.5	0,584	0,256	Valid
	X1.6	0,800	0,256	Valid
	X1.7	0,611	0,256	Valid
Diskon (X2)	X2.1	0,859	0,256	Valid

	X2.2	0,867	0,256	Valid
	X2.3	0,743	0,256	Valid
	X2.4	0,798	0,256	Valid
	X2.5	0,753	0,256	Valid
	X2.6	0,865	0,256	Valid
Kepuasan (X3)	X3.1	0,654	0,256	Valid
	X3.2	0,693	0,256	Valid
	X3.3	0,528	0,256	Valid
	X3.4	0,569	0,256	Valid
	X3.5	0,502	0,256	Valid
	X3.6	0,506	0,256	Valid
	X3.7	0,406	0,256	Valid
	X3.8	0,600	0,256	Valid
Minat pembelian <i>Voucher</i> (Y)	Y.1	0,706	0,256	Valid
	Y.2	0,622	0,256	Valid
	Y.3	0,665	0,256	Valid
	Y.4	0,694	0,256	Valid
	Y.5	0,622	0,256	Valid
	Y.6	0,697	0,256	Valid
	Y.7	0,632	0,256	Valid

Sumber: Data primer diolah 2020

Tabel tersebut menunjukkan nilai r_{hitung} pertanyaan per item dari lebih banyak dari $r_{tabel} = 0,256$, memenuhi syarat validitas. Apabila r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini dikatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Imam ghazali menjelaskan sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Peritem

dalam kuesioner bisa dinyatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,60 dan begitujuga sebaliknya. Pada uji ini masing-masing variabel kompetensi karakter, diskon, kepuasan dan minat pembelian *voucher* hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kompetensi karakter	0,805	7	Reliabel
Diskon	0,899	6	Reliabel
Kepuasan	0,679	8	Reliabel
Minat pembelian <i>voucher</i>	0,787	7	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2020

Tabel diatas menjelaskan nilai *cronbach's alpha* pervariabel kompetensi karakter, diskon, kepuasan dan minat pembelian *voucher* nilai lebih banyak dari 0,60. maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi karakter, diskon, kepuasan dan minat pembelian *voucher* dinyatakan reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasi dilakukan bertujuan melihat apa data tersebut mencukupi persyaratan agar dianalisis lebih lanjut untuk bisa menanggapi pertanyaan hipotesis penelitian. Jadi penelitian ini melakukan uji asumsi klasik sebagaimana berikut: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan melihat apa data penelitian didapat telah penyaluran normal atau tidak. Uji normalitas dilaksanakan menggunakan beberapa cara, salah satunya menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Data dinyatakan normal jika

nilai signifikansi $> 0,05$, dan begitujuga sebaliknya. Normalitas bisa juga dilihat melalui grafik histogram, apabila alur garis diagonal diikuti dengan sebaran data, diartikan normal. Seperti halnya pada hasil penelitian ini:

Tabel 4.6

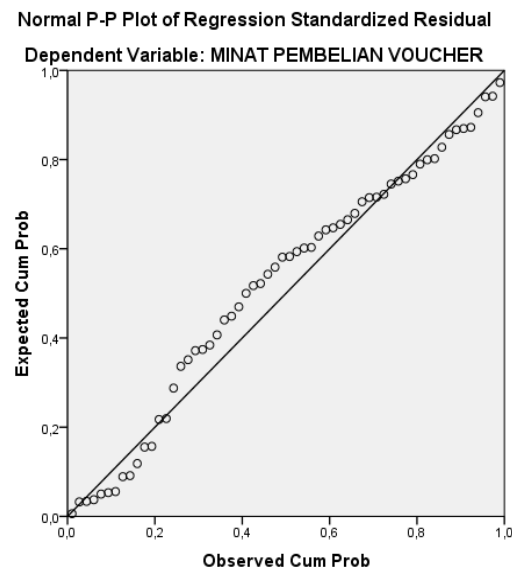
Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82756580
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,066
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer diolah 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Uji Normalitas dengan Melihat Diagram Histogram



Sumber: Data Primer diolah 2020

Diagram Normal P-P Plot bisa dicermati alur garis diagonal diikuti dengan sebaran data. Jadi kesimpulannya data normal.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan agar syarat uji regresi terpenuhi. Uji multikolinieritas bisa ditemukan dengan nilai kolerasi berganda dengan korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas adalah patokan nilai VIF dan koefisien dengan variabel bebas, jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,10 (10%), jadi ini dapat diartikan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Uji multikolinieritas hasil penelitian ini yaitu:

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,944	4,111		,229	,819		

KOMPETENSI KARAKTER	,322	,123	,314	2,614	,011	,495	2,021
DISKON	,489	,117	,501	4,181	,000	,497	2,014
KEPUASAN	,207	,101	,175	2,044	,046	,973	1,028

a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN *VOUCHER*

Sumber: Data Primer diolah 2020

Tabel diatas menjelaskan nilai VIF variabel kompetensi karakter $2,021 < 10$, dan nilai toleransi $0,495 > 0,10$. Nilai VIF variabel *diskon* $2,014 < 10$, dan nilai toleransi $0,497 > 0,10$. Nilai VIF variabel kepuasan $1,028 < 10$, dan nilai toleransi $0,973 > 0,10$. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa tidak ada kasus multikolinearitas.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan agar mengetahui apa dalam sebuah model regresi terdapat ketidakcocokan varian, dari suatu observasi ke observasi yang lain. Merupakan regresi yang bagus apabila tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji glester melalui SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,049	2,454		-,020	,984
	KOMPETENSI KARAKTER	,024	,073	,061	,322	,749
	DISKON	-,032	,070	-,085	-,454	,651
	KEPUASAN	,052	,060	,117	,867	,389

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer diolah 2020

Tabel diatas menunjukkan nilai signifikan variabel kompetensi karakter $0,749 > 0,05$, nilai signifikan variabel *diskon* $0,651 > 0,05$

dan nilai signifikan variabel kepuasan $0,389 > 0,05$. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser pervariabel mempunyai signifikan $> 0,05$ jadi dapat diartikan modelnregresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.asd

4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan agar melihat persesuaian regresi berganda. Hasil peneliatan ini adalah:

Tabel 4.9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,944	4,111		,229	,819
	KOMPETENSI KARAKTER	,322	,123	,314	2,614	,011
	DISKON	,489	,117	,501	4,181	,000
	KEPUASAN	,207	,101	,175	2,044	,046

a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER

Sumber: Data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas memperoleh persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y_n = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y_n = 0,944 + 0,322x_1 + 0,489x_2 + 0,207x_3 + e$$

Keterangan:

Y : variabel dependen (minat pemeblian *voucher* game online)

X1 : variabel independen (kompetensi karakter)

X2 : variabel independen (*diskon*)

X3 : variabel independen (kepuasan)

Hasil persesian regeresi linier berganda dapat di jelaskan :

1. a (constant) sebanyak 0,944 menerangkan pada variabel kompetensi karakter (X1), diskon (X2) dan kepuasan (X3) diduga

tidak terjadi, diduga = 0, jadi nilai minat pembelian *voucher* dalam Game online (Y) sebesar 0,944

2. b1 (koefisien regresi kompetensi karakter) sebanyak 0,322 menjelaskan pada variabel kompetensi karakter (X1) dinaikan, pada indikator motif, kemampuan dan status karakter, level karakter yang dimainkan dalam game, dan game point yang di dapat, akan mengakibatkan meningkatnya minat pembelian *voucher* Game online sebesar 0,322 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).
3. b2 (koefisien regresi diskon) sebanyak 0,489 menjelaskan pada variabel diskon (X2) dinaikan, pada indikator besar kecilnya potongan, waktu dan jenis, akan mengakibatkan meningkatnya minat pembelian *voucher* Game online sebesar 0,489 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).
4. b3 (koefisien regresi kepuasan) sebanyak 0,207 menjelaskan pada variabel kepuasan (X3) dinaikan, pada indikator kualitas dan pelayanan game, pemikiran bahwa game yang dimainkan bagus, dan keputusan memainkan game tersebut adalah keputusan yang baik akan mengakibatkan meningkatnya minat pembelian *vouher* Game online sebesar 0,207 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

4.3.4.1 Uji Signifikasi Parsial t

Uji t digunakan agar melihat apa variabel independen berdampak pada variabel dependen secara relevan atau tidak. Yaitu dengan menggunakan cara dibandingkan antara nilai Sig dan nilai alpha 0,05. Jika Sig < 0,05, jadi H₀ ditolak, yang diartikan bahwa variabel independen berdampak pada sig pada variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Hasil dari uji penelitian ini dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,944	4,111		,229	,819
	KOMPETENSI KARAKTER	,322	,123	,314	2,614	,011
	DISKON	,489	,117	,501	4,181	,000
	KEPUASAN	,207	,101	,175	2,044	,046

a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN *VOUCHER*

Sumber: Data Primer diolah 2020

Hipotesis:

H0 = variabel independen berdampak sig atas variabel dependen

H1, H2, H3 = variabel independen berdampak secara sig atas variabel dependen

Sampel N = Jumlah sampel

Level Sig α = 0,05

Derajat Kebebasan (df) = N-k, (df) = 60 - 3 = 57, jadi pada perhitungan dua sisi df = 57 *signifikasi alpha* 0,05 di dapat nilai $t_{tabel} = 1,672$.

Kriteria pengujian:

H1, H2, H3 di tolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. > 0,05.

H0 di tolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. < 0,05.

Hasil pengujian statistika pada variabel kompetensi karakter (X1), didapat nilai $t_{hitung} = 2,614 > t_{tabel} = 1,672$, dan nilai Sig. 0,01 < 0,05, jadi H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel kompetensi karakter (X1) berdampak positif atas minat pembelian *voucher* game online.

Hasil pengujian statistika pada variabel *diskon* (X2), didapat nilai $t_{hitung} = 4,181 < t_{tabel} = 1,672$, dan nilai Sig. 0,00 < 0,05, jadi

H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti variabel diskon (X2) berdampak positif atas minat pembelian *voucher* game online.

Hasil penujian statistika pada variabel kepuasan (X3), didapat nilai $t_{hitung} = 2,044 > t_{tabel} = 1,672$, dan nilai Sig. $0,04 < 0,05$, jadi H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel kepuasan (X3) berdampak positif atas minat pembelian *voucher* game online.

4.3.4.2 Analisis Koefisien Determinasi R²

R² dilakukan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas adalah: kompetensi karakter (X1), diskon (X2) dan kepuasan (X3). Hasil dari pengujian R² dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,601	,579	1,87588
a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER				
b. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN <i>VOUCHER</i>				

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel di atas menunjukkan nilai R² sebesar 0,601 di persentasekan sebesar 60,1%. Nilai ini menunjukkan variabel independen kompetensi karakter (X1), diskon (X2) dan kepuasan (X3) dapat menerangkan pengaruh atas minat pembelian *voucher* Game online (Y) sebesar 60,1%, dan sisanya ($100\% - 60,1\% = 39,9\%$) diterangkan oleh variabel lain.

4.3.4.3 Uji Signifikasi Simultan F

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel kompetensi karakter (X1), diskon (X2) dan kepuasan (X3), secara bersamaan atas variabel minat pembelian *voucher* Game

online (Y). Pengujian dijalankan dengan memperhitungkan nilai Sig dan nilai alpha. Apabila nilai Sig < 0,05, jadi variabel independen secara bersamaan berdampak atas variabel dependen. Begitu juga sebaliknya. Uji f juga dapat dipriksa dari F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} jadi dapat di artikan berpengaruh signifikan. Begitu juga sebaliknya. Hasil pengujian signifikan dapat dilihat:

Tabel 4.12
Hasil Uji Signifikasi Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296,590	3	98,863	28,095	,000 ^b
	Residual	197,060	56	3,519		
	Total	493,650	59			
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN <i>VOUCHER</i>						
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER						

Sumber: Data Primer diolah 2020

Tabel diatas menjelaskan Nilai F tabel, signifikasi 0,05 df1 (pembilang) = k – 1 atau 3 – 1 = 2, dan df2 (penyebut) = n – k atau 60 – 3 = 57 jadi didapat F tabel sebanyak 3,16. Berdasarkan uji ANOVA atau F test pada tabel, jadi didapatkan F hitung sebanyak 28,095, tingkat signifikansi 0,000. Di sababkan itu probabilitas jauh lebih rendah dari 0,05 (0,000 lebih remdah dari 0,05) dan F hitung lebih banyak dari F tabel (28,095 > 3,09), jadi dapat diartikan variabel independen meliputi kompetensi karakter (X1), diskon (X2) dan kepuasan (X3), secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel minat pemeblian *voucher* Game online (Y) secara signifikan.

4.4 Pembahasan

Riset ini untuk melihat seberapa banyak pengaruh kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher* dalam game online Studi kasus Warnet pratama *e-sport arena*.

1. Kompetensi Karakter berpengaruh terhadap minat pembelian *voucher*

hasil penelitian menjelaskan terdapat pengaruh positif kompetensi karakter berpengaruh atas minat pembelian *voucher* terhadap minat pembelian *voucher*. Dapat dibuktikan dengan hasil pada variable kompetensi karakter yang didapatkan nilai t_{hitung} 2,614 dengan nilai Sig $0,011 < 0,05$ dan koefisien regresi memperlihatkan nilai positif 0,322 jadi dapat disimpulkan peneliti berhasil membuktikan hipotesis pertama memberitakan “Kompetensi Karakter (X1) berpengaruh positif terhadap minat pembelian *voucher*”.

Menurut Gou dan Barnes kompetensi karakter Barnes yaitu sesuatu yang diperlukan *player* meringankan pengerjaan misi didalam game online. pada game online kompetensi karakter sangat diperlukan guna memperoleh game point “*Matchmaking Ratio*” dimana Cuma dapat meningkat saat menjuarai pertandingan bersama *player* lain. *Player* dengan game point yang tinggi hingga nama akun tercatat di leaderboard dalam game. Hal tersebut niscaya akan membuat pertimbangan untuk para *player* agar bisa menaikkan karakter dengan lebih cepat lewat pembelian *voucher*. Hasil penelitian selaras dengan penelitian sebelumnya yang dibuat oleh Batian dalam “kompetensi karakter, nilai *virtual item*, dan kepuasan game terhadap intensitas pembelian *virtual item* dalam game online DOTA II” di tahun 2015. Hasil penelitian melihat kompetensi karakter berdampak baik atas intensitas pembelian *virtual item* dalam game online.

2. Diskon berpengaruh terhadap minat pembelian *voucher* pada perspektif islam

Penelitian ini menjelaskan terdapat pengaruh positif diskon berpengaruh atas minat pembelian *voucher*. Dapat dibuktikan dengan uji t dalam diskon yang didapat nilai t_{hitung} 4,181 dan nilai Sig $0,00 < 0,05$, dan koefisien regresi membuktikan positif 0,489 jadi dapat disimpulkan peneliti berhasil menunjukkan hipotesis kedua yang menjelaskan “diskon (X2) berpengaruh positif terhadap minat pembelian *voucher*”.

Diskon Menurut Syabbul Bachri diskon dikenal dalam istilah *fukaha* dengan sebutan *al-naqish min al-tsaman*. pengurangan harga menurut istilah *khasm*. Pengurangan pada jualbeli islam ada pada perjanjian *muwadla'ah*. Akad *muwadla'ah* melambangkan unsur dari jualbeli. Jualbeli dimana produsen mengadakan penjualan dengan harga lebih

rendah dari harga pasar disebut *bai al-muwadla'ah*. Islam memberi kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep yang terjadi di perbolehkan dalam ajaran islam, selama harga tersebut diatas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli seperti yang ada pada QS. An-nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “hai orang-orang yang berfirman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantaramu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu”

Dalam game online banyak diskon yang di berikan oleh official game, tentunya dengan waktu dan jenis yang berbeda – beda tergantung dari *event*. Sesuai dengan apa yang di jelaskan di atas official game/developer sudah sesuai dengan prinsip ajaran islam karena tidak ada unsur paksaan dan kecurangan didalamnya. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian terdahulu dalam “tinjauan hukum islam terhdap sistem diskon studi kasus di pertokoan pasar baru palng karaya” tahun 2012 hasil penelitian menunjukan di perbolehkan karena rukun dan syarat jual beli islam terpenuhi.

3. Kepuasan *game* berpengaruh terhadap minat pembelian *voucher* dalam perspektif islam

Penelitian ini menjelaskan ada pengaruh positif kepuasan game berpengaruh atas minat pembelian *voucher*. dapat dibuktikan dengan uji t dalam kepuasan yang didapat nilai t_{hitung} 2,041 dan nilai Sig 0,046 < 0,05, dan koefisien regresi membuktikan positif 0,207 jadi dapat diberikesimpulan bahwa peneliti berhasil menunjukkan hipotesis ketika yang menjelaskan “kepuasan game (X3) berpengaruh positif terhadap minat pembelian *voucher*”.

Kepuasan islam menurut imam shatibi istilah masalah yang maknanya lebih luas adri sekedar *utility* atau kepuasan dalam termitologi ekonomi konvensional. Kegiatan ini meliputi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang harus dikerjakan sebagai suatu ‘*religius duty*’ atau ibadah bukan ibadah. menurut Park dan Lee (2011), apabila *player* sering memainkan game tersebut maka dapat diartikan bahwa *player* mersa puas.

Pada saat bermain *player* pasti akan berinteraksi dengan *player* lain dan mau berusaha agar menjadi lebih kuat dari pemain lain. Hal tersebut niscaya sebagai motivasi dan pertimbangan *player* buat belanja *voucher* sehingga menjadikan lebih kuat dari pemain lain. Akan tetapi kalau di

tarik secara islam sangatlah berda karena dalam islam kebutuhan dan keinginan harus di kerjakan dengan ibadah, akan tetapi ajaran islam juga tidak melarang melarang manusi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, namun di perintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal sewajarnya tidak berlebih karena apabila berlebih akan mendatangkan madharat bagi diri sendiri yaitu pemborosan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yaitu bastian dalam “kompetensi karakter, nilai *virtual item*, dan kepuasan game terhadap intensitas pembelian *virtual item* dalam game online DOTA II” di tahun 2015. Hasil penelitian ini menjelaskan kepuasan game berpengaruh positif atas intensitas pembelian *virtual item* dalam game online.

4. Kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game berpengaruh terhadap minat pembelian *voucher* pada perspektif islam

Dari hasil pengujian terdapat nilai F_{hitung} 28,095 lebih besar F_{tabel} 3,16 ($28,095 > 3,16$). Dengan nilai Sig 0,00 < 0,05, jadi hipotesis ini melaporkan menyatakan “Kompetensi karakter, diskon dan kepuasan game simultan berpengaruh positif terhadap minat pembelian *voucher*” diterima.

Menurut Kotler & Keller (2010) minat beli adalah perilaku konsumen yang memiliki keinginan membeli atau mengkonsumsi barang. Akan tetapi teori ini berbeda dengan ekonomi islam, Imam Ghozali beliau berpendapat bahwa kebutuhan dan keinginan itu berbeda. Menurut beliau kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang di perlkan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya yaitu menjalankan tugasnya sebagai hamba Allah dengan beribadah secara maksimal.

Dapat disimpulkan minat pembelian *voucher* merupakan minat *palyer* untuk belanja *voucher* agar bisa mendapatkan produk yang hanya dapat digunakan di dunia *virtual*. Akan tetapi berbeda bila di tarike ke ekonomi islam karena ekonomi islam juga mengedepankan konsep spritual yaitu ibadah kepada Allah.

Hasil uji R^2 penelitain ini adalah 0,775 dapat di jelas kan bahwa banyaknya pengaruh kompetensi karakter, diskon, dan kepuasan game atsa minat pembelian *voucher* yaitu 60,1%, sisanya 39,9% di pengaruhi oleh variabel lain.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Kompetensi karakter, diskon, kepuasan game terhadap minat pembelian *voucher Game online* dalam perspektif ekonomi islam studi kasus pengguna warnet pratama *e-sport* arnea adalah sebagai berikut:

1. Jika di tinjau dari perspektif islam, bahwa diskon yang dilakukan oleh developer sudah sesuai dengan konsep isalm karena tidak melanggar rukun dan syarat sayatnya. Semisal: dalam pemberian diskon perusahaan memang memberikan diskon kepada *player* tidak ada unsur penipuan dan kecurangan karena developer menampilkan harga awal yang di jual beserta setelah diskon disinipun harga awal tidak dinaikan dulu. Dan dalam kepuasan memang disini apabila di tarik ke dalam persepektif islam tidak termasuk karena bermain game hanyalah mencari kepuasan dunia seperti menghilangkan stres tidak adan unsur spiritual akan tetapi ajara isalm tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan agar mencapai kepuasan. Namun di perintahkan agar mengkonsumsi barang yang halal dan sewajarnya tidak berlebihan. Karena apabila berlebihan akan mendatangkan kemadharatan yaitu pemborosan. Dan islam melarang pemborosan.
2. Nilai t_{hitung} pada variabel kompetensi karakter 2,614 lebih tinggi dari t_{tabel} 1,672 dengan nilai Sig 0,01 kurang dari 0,05 yang diterjemahkan variabel ini berpengaruh positif.
3. Nilai t_{hitung} pada variabel diskon 4,181 lebih tinggi dari t_{tabel} 1,672 dengan nilai Sig 0,00 kurang dari 0,05 yang diterjemahkan variabel ini berpengaruh positif.
4. Nilai t_{hitung} pada variabel kepuasan 2,044 lebih tinggi dari t_{tabel} 1,672 dengan nilai Sig 0,04 kurang dari 0,05 diterjemahkan variabel ini berpengaruh positif.

5. Berdasarkan pada penelitian diatas bahwa kompetensi karakter, *diskon*, dan kepuasan menjelaskan pengaruh minat pembelian *voucher* Game online sebesar 60,1% sisainya diterangkan pada variabel lain yang bukan termasuk pada penelitian ini.
6. Nilai f_{hitung} lebih tinggi dari f_{tabel} dan probabilitas 0,00 lebih rendah dari 0,05, jadi dapat di terjemahkan variabel kompetenis karakter, diskon, kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian *voucher* game online.

5.2 SARAN

Dilihat dari ketebatasan penelitian, jadi penelitain selanjutnya bisa meluaskan penelitian ini memakai variabel yang lain. Penelitain selanjutnya juga bisa menggunakan metod lain, seperti wawancara, dan penelitian selanjutnya juga dapat mengambil sampel yang luas.

5.3 Penutup

Puji syukur saya kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya. Yang menjadikan penulis bisa mengerjakan dan membereskan tugas penelitian, dimana menjadikan syarat dari berakhirnya program studi ekonomi islam.

Penulis sadar pada penulisan skripsi masih sangat jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Masukan dan kritikan yang bersifat membangun sangat dinantikan penulis agar menyempurnakan penulisan dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Izzan & Shari Tanjung, *Referensi Ekonomi syariah: Ayat-Ayat Al-quran yang berdimensi Ekonomi*, Cet 1, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2006
- Alma, Buchari, *manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Anwar, Mangkunegara, Prabu, *Perilaku Budaya Organisasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta:Pustaka Alvabet, 2006
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013 y
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006
- Azim , Abdul Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Surabaya : Bina Ilmu, 1997
- Banyte, *Jurate dan Agne Gadeikiene, The effect of consumer motivation to play games on video gameplaying engagement. Procedia Economics and Finance*
- Burhan, M Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005
- Dewandari, *Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Smk Negeri 1 Sapuran kabupaten Wonosobo*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana, jurnal pedagogi, 2013
- Durianto, Darmadi, Anton Wachidin Widjaja dan Hendrawan Supratikno, *Inovasi Pasar Iklan dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Edwin, Mustafa Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2007
- Edwin, Mustafa Nasution, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*, Jakarta: Graha Ilmu, 2011
- Eko, Gede, Reddy S.H., Agus Hermawan dan Syahirul Achmad, *Makalah Intranet/Internet Game Online*, Yogyakarta: Fakultas Teknologi Industri UPN Veteran, 2009
- Eko, Rakhmat Prasajo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan Di AUTO2000 Sungkono Surabaya, Jurnal & Riset Manajemem Vol. 2 No. 11*, 2014
- Fatwa Majelis tarjih dan Tajdid Muhammadiyah, *Tentang Hukum Bermain Game Online*

- Fina, Hilmuniati, *Dampak Bermain Game Online Dalam Pengamalan Ibadah Shalat Pada Anak di Kelurahan Pisangan Kecamatan Ciputat kota Tangerang Selatan*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Fitria, Erry Primadhani, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon*, Skripsi Jurusan Hukum Bisnis Islam, Uin Maulana Malik Ibrahim
- Fitria, Erry Primadhani, *Tujuan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon*, UIN Malang, 2012
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20* UNDIP, Semarang, 2012
- Gunarto, *minat siswakesas atas SDN cangkringan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tenis meja tahun pelajaran 2007/2008*, Yogyakarta: Srikpsi FIK, UNY, 7 2007
- Gunawan, Imam, *Pengantar Statistik Inferensial*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2016
- Guo, Y., & Barnes, S, *Virtual item purchase behavior in virtual worlds: An exploratory investigation. Electronic Commerce Research*, 9, 2009
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah-Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indah, 2010
- Hasan, Ali, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS, 2013
- Hasan, *Multiplayer Online Game*, Bandung: PT Gramedia, 2011
- Hefner, D., Klimmt, C., & Vorderer, P, *Identification with the player character as determinant of video game enjoyment. In L. Ma, R. Nakatsu, & M. Rauterberg (Eds.). ICEC. LNCS Vol. 4740, Heidelberg: Springer, 2007*
- Hefner, D., Klimmt, C., & Vorderer, P, *Identification with the player character as determinant of video game enjoyment. In L. Ma, R. Nakatsu, & M. Rauterberg (Eds.). ICEC. LNCS Vol. 4740, Heidelberg: Springer, 2007*
- Hendryadi, suryani, *Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016
- Im Hong Lai, Dan J. Kim, dan Eui Jun Jeong, *Online Digital Game Addiction: How Does Social Relationship Impact Game Addiction. Twenty-second Americas Conference on Information Systems*, San Diego, 2016
- Imam Muslim, Shahih Muslim, no 2750. *Kitab At-Taubah, Bab: keutamaan merutinkan dzikir, merenungi perkara-perkara akhirat dan Al-Muraqabah serta kebolehan meninggalkan yang demikian pada sebagian waktu dan berurusan dengan dunia.*
- Isnaini Arif, *model dan strategi pemasaran*, makasar: Ntp Press, 2005

- Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005
- Jenab dan Hudaya Ageng, *Pengaruh Adiktif Game Online terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas x SMAN 1 Cileungsi*, Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Education* Volume 2 No.1, 2015
- Kevin, Ryan, dan Karen E. Bohlin, *Building Character in Schools: Practical Ways to Bring Moral Instruction to Life*, San Francisco: JOSSEY-BASS A Wiley Imprint, 1999
- Khoirudin, Madnsir, *Etika Bisnis dalam Islam*, Bandar Lampung : Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2014
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran* 13, Jakarta: Erlangga, 2010
- Kotler, Philip dan kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, new jersey: pearson education, Inc, 2006
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta:Erlangga, 2008
- Lin, H. and Sun, C.-T, *Cash trade within the magic circle: Free-to-play game challenges and massively multiplayer online game player responses*, 2007
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Cet. 3*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Muhammad, Dimas suparto dan ahmad ikhwan setiawan, *Kepuasan Gamers sebagai Penentu Kesuksesan Pemasaran Game Online (Studi pada Pemain PUBG dan Mobile Legend)*, Surakarta-USM
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008,
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Nur, M Rianto AL Arif, *Teori mikro ekonomi: suatu perbandingan ekonomi islam dan ekonomi konvensional*, jakarta: Kencana, 2010
- Nurlaila, *Dampak Game Online Terhadap Moral Anak Di Desa Malili Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur*, FIS-UNM
- Perry, Forsythe, John, *Counstruction Service Quality and Satisfaction for a Targeted Housing Customer. Enggenering Construction and Architectural Management, Vol 23 Iss 3-pp-1-3*, 2016
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012

- Priyatno, Dwi, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media cet.1, 2010
- Purwanto, Suharyadi, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Purwanto, Suharyadi, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2007
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UIN Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008
- R, Palan, Competency Management. *Teknik Mengimplementasikan Manajemen SDM berbasis Kompetensi untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Penerbit PPM, 2007
- Ridwan, Syahrani, *Ketergantungan Online Game dan Penanganannya*, Palu Sulawesi Tengah: FKIP Universitas Tadulako, *Journal Psikologi Pendidikan dan Konseling Volume 1 No.1 Juni*, 2015
- Rini, Ayu, *Menanggulangi Kecanduan Game On-Line Pada Anak*, Jakarta: Pustaka Mina, 2011
- Sarwono, Jonathan, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012
- Sedarmayanti, *Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja Dan Produktivitas Kerja, edisi pertama*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2017
- Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Bandung: CV Mandar Maju, 2008
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015
- Stephen, Robbins P, *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi, Aplikasi*, Jakarta: PT. Indeks . Gramedia. Edisi Kesepuluh, 2007
- Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen Cet 3*, Bandung: Penerbit Afabeta, 2014
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Sulaiman, Wahid, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010
- Suprayitno, Eko, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung. PT Remaja, 2001
- Syafrizal, Melwin, *Pengantar Jaringan Komputer*, Yogyakarta: andi, 2005

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfacation*, Yogyakarta: Andi, 20016

Tjiptono, Fandy, *pemasaran esensi dan aplikasi*, Yogyakarta: andi ofset, 2001

Tjiptono, Fandy, *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan yang Prima*, Andi, 2017

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006

Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003

Umar, Husein, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002

Vena Maudy Meylinda, *Pandangan Ekonomi Isalm Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2017

Wibowo, *Manajemen Kinerja, edisi kedua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persadah, 2007

Yee, *Motivasi of Play in Online Games*, Jurnal of CyberPsychologu and Behavior, 9 (6), 2002

Yudiaatmaja, Fridayana, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013

Zahrul M Jihad, *Human Resources Development Based On Competence*, unipdu

<http://apjii.or.id>

<http://kominfo.go.id>

<https://id.wikipedia.org/>

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

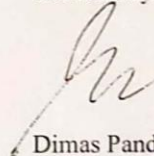
Nama saya Dimas Pandu Syahrangga mahasiswa S1 jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) dengan judul "Pengaruh Kompetensi Karakter, Diskon dan Kepuasan Game terhadap Minat Pembelian Voucher dalam Game Online Studi Kasus Warnet Pratama *E-sport* Arena".

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/ Saudari untuk meluangkan waktu melengkapi kuesioner ini.

Kuesioner ini hanya ditujukan untuk responden pengguna warnet Pratama *e-sport* arena lebih dari sekali.

Atas kesediaan dan waktu Saudara / Saudari berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Dimas Pandu Syahrangga

DAFTAR PERNYATAAN

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nama :

Mohon anda memberi tanda silang (x) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan diri anda.

1. Jenis kelamin
 - a) Laki – laki
 - b) Perempuan
2. Usia
 - a) dibawah 16th
 - b) 16 – 20th
 - c) 21 – 25th
 - d) diatas 25th
3. Pendidikan
 - a) SD
 - b) SMP
 - c) SMA
 - d) Mahasiswa/Sarjana
4. Pernah memainkan *game online* di warnet pratam e-spot
 - a) Ya
 - b) Tidak
5. Lama bermain game dalam sehari di warnet pratama e-sport
 - a) Kurang dari 2 jam
 - b) 2 – 4 jam
 - c) 4 – 6 jam
 - d) lebih dari 6 jam
6. Game apa saja yang sering dimainkan
 - a) First Person Shooter. contoh : PB, PUBG
 - b) Real-time Strategy. contoh: Atlantika Online
 - c) Cross-platfrom Online. Contoh: Need for Speed
 - d) Browser Games. Contoh: city ville, ninja saga

e) Massive Multiplayer Online Games. Contoh: Ragnarok, DotaPernah

7. Pernah melakukan pembelian vocher

a) Ya

b) Tidak

B. Kompetensi karakter dalam *game online*

1. Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan kompetensi karakter dalam *game online*
2. Mohon anda memberi skor/nilai 1 sampai dengan 5 dengan cara memberi tanda cek (√) pada skor/nilai sesuai dengan pendapat anda.
3. Adapun ketentuan skor/nilai jawaban adalah sebagai berikut :

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	<i>Vocher</i> yang saya beli dapat membuat saya terkesan lebih baik oleh pemain lain					
2	<i>Vocher</i> yang saya beli dapat merubah visualisasi / penampilan karakter <i>game</i> saya menjadi lebih baik					
3	Ketika saya membeli <i>vocher</i> , saya dapat meningkatkan level karakter saya dengan lebih mudah					
4	Ketika saya membeli <i>vocher</i> , saya dapat meningkatkan kemampuan karakter saya dalam <i>game</i>					
5	Ketika saya membeli <i>vocher</i> , saya berinisiatif untuk segera meningkatkan level karakter saya					

6	Ketika saya membeli <i>vocher</i> , saya dapat meningkatkan <i>game</i> poin dengan lebih mudah					
7	Ketika saya membeli <i>vocher</i> , saya berinisiatif segera meningkatkan <i>game</i> poin saya.					

C. Diskon dalam *game online*

1. Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan diskon dalam *game online*
2. Mohon anda memberi skor/nilai 1 sampai dengan 5 dengan cara memberi tanda cek (√) pada skor/nilai sesuai dengan pendapat anda.
3. Adapun ketentuan skor/nilai jawaban adalah sebagai berikut :

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Nertal (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Besarnya diskon promo menarik perhatian saya untuk membeli <i>vocher</i>					
2	Saya membeli <i>vocher</i> lebih banyak saat <i>developer</i> melakukan <i>sale / price off</i>					
3	Saya jadi lebih sering untuk membeli <i>vocher</i> selagi ada <i>sale / price off</i>					
4	Saya senang pada program diskon yang di adakan oleh official <i>game</i>					
5	<i>developer</i> selalu mengadakan <i>event-event</i> untuk mendapatkan produk/item langka					

6	Saya membeli <i>voucher</i> ketika item yang saya inginkan mendapat diskon					
---	--	--	--	--	--	--

D. Kepuasan dalam *game online* di warnet pertama *e-sport arena*

1. Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan kepuasan dalam *game online*
2. Mohon anda memberi skor/nilai 1 sampai dengan 5 dengan cara memberi tanda cek (√) pada skor/nilai sesuai dengan pendapat anda.
3. Adapun ketentuan skor/nilai jawaban adalah sebagai berikut :

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan event-event yang diberikan					
2	Saya merasa puas dengan fitur yang bagus yang disediakan game yang saya mainkan					
3	Saya merasa puas dengan keamanan akun dalam game yang saya mainkan					
4	Saya merasa puas game yang saya mainkan merupakan game dengan grafik yang bagus					
5	Game yang saya mainkan merupakan game yang bagus					
6	Saya merasa puas dengan <i>gameplay</i> yang saya mainkan					

7	Saya merasa bermain game ini merupakan hiburan untuk menurunkan <i>stres</i>					
8	Jumlah waktu yang saya gunakan dalam bermain game terus bertambah hingga saya mencapai kepuasan dalam bermain					

E. Minat pembelian *vocher* dalam *game online*

1. Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan minat pembelian *vocher* dalam *game online*
2. Mohon anda memberi skor/nilai 1 sampai dengan 5 dengan cara memberi tanda cek (v) pada skor/nilai sesuai dengan pendapat anda.
3. Adapun ketentuan skor/nilai jawaban adalah sebagai berikut :

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu mengikuti berita berita dari <i>developer</i>					
2	Saya tertarik membeli <i>vocher</i> dimasa depan					
3	Saya tertarik membeli <i>vocher</i> untuk memiliki item langka					
4	Saya berharap untuk membeli <i>vocher</i> secepatnya dan sebanyak-banyaknya					
5	Saya mempertimbangkan untuk membeli <i>vocher</i> dimasa depan					

6	Saya berencana membeli vocher ketika ada <i>event</i> bagus					
7	Saya membeli vocher ketika ada <i>event</i> menarik					

TTD

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN ANDA

lampiran 3
Hasil uji validitas

Kompetensi Karakter

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	KOMPETENSI KARAKTER
X1.1	Pearson Correlation	1	,590**	,227	,571**	,144	,380**	,230	,675**
	Sig. (2-tailed)		,000	,080	,000	,272	,003	,077	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	,590**	1	,228	,365**	,143	,506**	,150	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000		,080	,004	,277	,000	,252	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	,227	,228	1	,468**	,277*	,477**	,392**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,080	,080		,000	,032	,000	,002	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	,571**	,365**	,468**	1	,422**	,482**	,412**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000		,001	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	,144	,143	,277*	,422**	1	,525**	,340**	,584**
	Sig. (2-tailed)	,272	,277	,032	,001		,000	,008	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	,380**	,506**	,477**	,482**	,525**	1	,405**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000		,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	,230	,150	,392**	,412**	,340**	,405**	1	,611**
	Sig. (2-tailed)	,077	,252	,002	,001	,008	,001		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
KOMPETENSI KARAKTER	Pearson Correlation	,675**	,647**	,635**	,787**	,584**	,800**	,611**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

X3.4	Pearson Correlation	,479**	,337**	,062	1	,060	,205	,167	,100	,569**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,637		,651	,116	,201	,446	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	-,002	,270*	,292*	,060	1	-,019	,198	,416**	,502**
	Sig. (2-tailed)	,988	,037	,023	,651		,886	,130	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.6	Pearson Correlation	,245	,182	,391**	,205	-,019	1	-,072	,343**	,506**
	Sig. (2-tailed)	,059	,164	,002	,116	,886		,587	,007	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.7	Pearson Correlation	,132	,249	,084	,167	,198	-,072	1	,059	,406**
	Sig. (2-tailed)	,316	,055	,526	,201	,130	,587		,656	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.8	Pearson Correlation	,235	,263*	,304*	,100	,416**	,343**	,059	1	,600**
	Sig. (2-tailed)	,070	,042	,018	,446	,001	,007	,656		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
KEPUASAN	Pearson Correlation	,654**	,693**	,528**	,569**	,502**	,506**	,406**	,600**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Minat Pembelian Voucher Game Online

Correlations									
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	MINAT PEMBELIAN VOUCHER
Y.1	Pearson Correlation	1	,260*	,295*	,683**	,337**	,276*	,440**	,706**
	Sig. (2-tailed)		,045	,022	,000	,009	,033	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	,260*	1	,068	,355**	,710**	,347**	,237	,622**
	Sig. (2-tailed)	,045		,605	,005	,000	,007	,069	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	,295*	,068	1	,293*	,227	,686**	,406**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,022	,605		,023	,081	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	,683**	,355**	,293*	1	,291*	,298*	,334**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,023		,024	,021	,009	,000

	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	,337**	,710**	,227	,291*	1	,204	,178	,622**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,081	,024		,119	,172	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.6	Pearson Correlation	,276*	,347**	,686**	,298*	,204	1	,347**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,033	,007	,000	,021	,119		,007	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.7	Pearson Correlation	,440**	,237	,406**	,334**	,178	,347**	1	,632**
	Sig. (2-tailed)	,000	,069	,001	,009	,172	,007		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
MINAT PEMBELIAN VOUCHER	Pearson Correlation	,706**	,622**	,665**	,694**	,622**	,697**	,632**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

Lampiran 4
Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Kompetensi Karakter

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,805	7

Diskon

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,899	6

kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,679	8

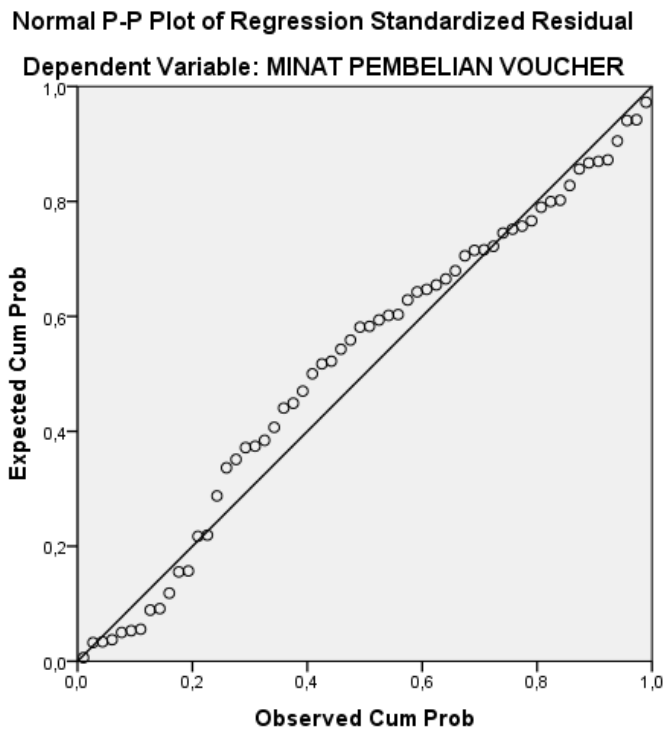
Minat pembelian *voucher game*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,787	7

Lampiran 5
Uji Normalitas Dan Grafik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82756580
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,066
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Charts



Lampiran 6
Uji multikolinieritas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,775 ^a	,601	,579	1,87588	,601	28,095	3	56	,000
a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER									
b. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296,590	3	98,863	28,095	,000 ^b
	Residual	197,060	56	3,519		
	Total	493,650	59			
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER						
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,944	4,111		,229	,819		
	KOMPETENSI KARAKTER	,322	,123	,314	2,614	,011	,495	2,021
	DISKON	,489	,117	,501	4,181	,000	,497	2,014
	KEPUASAN	,207	,101	,175	2,04	,046	,973	1,028
					4			
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER								

Lampiran 7

Uji heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: RES2			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change
					R Square Change	F Change	df1	df2	
1	,123 ^a	,015	-,038	1,11971	,015	,289	3	56	,833
a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER									
b. Dependent Variable: RES2									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,086	3	,362	,289	,833 ^b
	Residual	70,210	56	1,254		
	Total	71,296	59			
a. Dependent Variable: RES2						
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,049	2,454		-,020	,984
	KOMPETENSI KARAKTER	,024	,073	,061	,322	,749
	DISKON	-,032	,070	-,085	-,454	,651
	KEPUASAN	,052	,060	,117	,867	,389
a. Dependent Variable: RES2						

Lampiran 8

Uji regresi linier berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change
					R Square Change	F Change	df1	df2	
1	,775 ^a	,601	,579	1,87588	,601	28,095	3	56	,000
a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER									
b. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER									

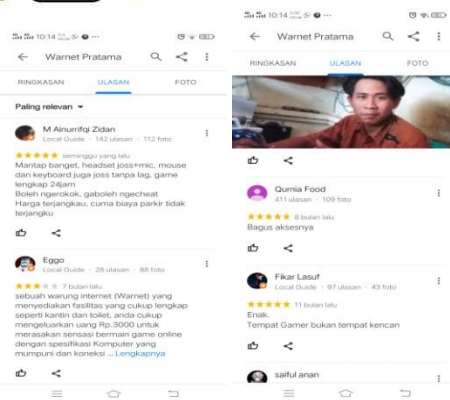
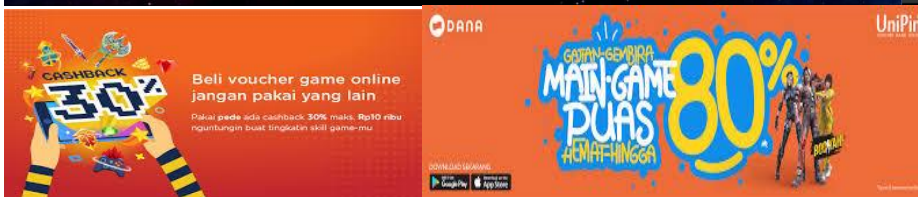
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296,590	3	98,863	28,095	,000 ^b
	Residual	197,060	56	3,519		
	Total	493,650	59			
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER						
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, DISKON, KOMPETENSI KARAKTER						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,944	4,111		,229	,819
	KOMPETENSI KARAKTER	,322	,123	,314	2,614	,011
	DISKON	,489	,117	,501	4,181	,000
	KEPUASAN	,207	,101	,175	2,044	,046
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN VOUCHER						

Lampiran 9

Dokumentasi

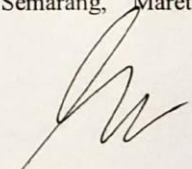




DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dimas Pandu Syahrangga
Nim : 1705026186
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 26 Juni 1996
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Setono 04/04 Dekoro Pekaongan Timur Pekalongan Jawa Tengah
Pendidika : - TK Bustanul Atfal Poncol Pekalongan
- MI Saalafiyah Syafi'iyah Proto 01 Pekalongan
- MTS Islam Al-mukmin Ngruki Sukoharjo
- SMA Muhammadiyah Kudus
- D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo

Semarang, Maret 2020


Dimas Pandu Syahrangga