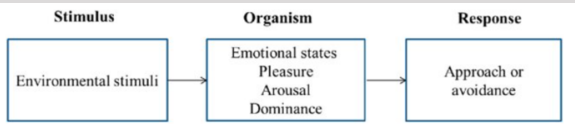


FACTORS INFLUENCING GAMERS TO BUY VIRTUAL ITEMS IN MOBILE GAMES: INDONESIAN GAMERS PERSPECTIVE										
NO	TEORI	RUJUKAN TEORI	FAKTOR PENELITIAN		INDIKATOR PENELITIAN		Instrumen Pertanyaan - Kualitatif	RUJUKAN INDIKATOR		
		Semua rujukan yang membahas teori	Nama Faktor (Eng & Bhs)	Definisi Faktor	Pertanyaan untuk Indikator asli (Eng) - Kuantitatif	Pertanyaan untuk Indikator yang akan digunakan (Bhs) - Kuantitatif		Semua rujukan yang membahas Indikator		
1	Theory of Consumption Values (TCV)	(Ho & Wu, 2012; B. Park & Lee, 2011; B. W. Park & Lee, 2011; J. N. Sheth et al., 1991; Sthapit et al., 2019; Teng, 2018; Wang et al., 2020)	Social Value (Nilai Sosial)	Mengacu pada nilai yang dihasilkan oleh game items dan berpengaruh terhadap satu atau lebih kelompok sosial	When I buy game items, I can adorn my game characters to be more fashionable or stylish	Menggunakan item virtual yang dibeli dengan diamonds dapat menghiasi karakter game saya menjadi lebih modis	Bagaimana rasanya ketika anda memiliki item virtual dalam game Mobile Legends, apakah anda merasa status sosial anda meningkat dibandingkan dengan gamers lain ketika menggunakan item virtual tersebut? Menurut anda apakah para gamers yang memiliki banyak item virtual lebih menarik perhatian bagi para gamers yang lain?	(B. Park & Lee, 2011; Wang et al., 2020)		
					Paid items would give its owner social approval	Item virtual yang dibeli dengan diamonds dapat memberikan pengakuan sosial pemiliknya				
					Paid items give myself more of a unique identity	Item virtual yang dibeli dengan diamonds dapat memberikan saya identitas unik				
					Using paid items would get the attentions of other	Menggunakan item virtual yang dibeli dengan diamonds dapat menarik perhatian orang lain				
		(Ho & Wu, 2012; B. Park & Lee, 2011; B. W. Park & Lee, 2011; J. N. Sheth et al., 1991; Sthapit et al., 2019; Teng, 2018; Wang et al., 2020)	Enjoyment Value (Nilai Kenikmatan)	Mencerminkan perasaan atau emosi individu seperti kebahagiaan ketika bermain game	It would be exciting to use paid items in Arena of Valor	Seru sekali ketika menggunakan item virtual yang dibeli menggunakan diamonds dalam game Mobile Legends			Menurut anda, ketika anda menggunakan item virtual apakah anda merasa bahwa game tersebut terasa lebih seru untuk dimainkan?	(Ho & Wu, 2012; B. Park & Lee, 2011)
					When I buy game items, I feel happier	Ketika saya menggunakan item virtual yang dibeli dengan diamonds, saya merasa lebih bahagia				
					Using the virtual goods sold here stimulates my curiosity	Menggunakan item virtual yang dibeli dengan diamonds dapat merangsang rasa penasaran saya dalam bermain game				
					Using the virtual goods sold here arouses my imagination	Menggunakan item virtual yang dibeli menggunakan diamonds dapat membangkitkan imajinasi saya dalam bermain game				

2	(Hsiao & Chen, 2016; Purnami & Agus, 2020)	Good Price	Mengacu pada harga yang dianggap masuk akal dari suatu produk	I think virtual features sold in Mobile Legends is economical	Item virtual yang dijual dalam game Mobile Legends memenuhi ekspektasi saya	Apakah harga item virtual yang cocok dengan kualitas yang ditawarkan mempengaruhi niat anda untuk membeli item virtual tersebut?	(Purnami & Agus, 2020; B. Park & Lee, 2011; Wang et al., 2020)
				The virtual features sold in Mobile Legends is suitable with the price	Kualitas item virtual yang dijual dalam game Mobile Legends sesuai dengan harganya		
				I think virtual features sold in Mobile Legends is economical	Menurut saya item virtual yang dijual dalam game Mobile Legends itu ekonomis		
				Game items are worth more than what they cost	Item virtual yang dijual dalam game Mobile Legends lebih berharga daripada uang yang harus dikeluarkan		
3	(Bhatti, 2018; Chen & Yao, 2018)	Discount Price	Dapat diartikan sebuah harga yang lebih kecil dari pada harga jual biasanya	I enjoy searching for discounts on mobile auctions	Saya senang mencari dan melihat item virtual diskon dalam game Mobile Legends	Apakah harga item virtual yang lebih rendah dari pada harga jual biasanya mempengaruhi niat anda untuk membeli item virtual tersebut?	(Chen & Yao, 2018)
				I buy more things because of discounts	Saya ingin membeli lebih banyak item virtual dalam game Mobile Legends ketika dijual dengan harga diskon		
				I buy things because they are sold at a discounted price rather than because I need them	Saya ingin membeli item virtual dalam game Mobile Legends ketika dijual dengan harga diskon terlepas saya membutuhkannya atau tidak		
				I have favorite brands, but most of the time I buy the brand that is on sale	Saya memiliki kategori item virtual favorit, tetapi saya lebih tertarik untuk membeli item virtual yang sedang diskon		
4	(Chen & Yao, 2018; Lestari, 2020)	Scarcity	Sebuah metode advertisement untuk mengungkapkan pesan kepada pelanggan dengan membatasi kuantitas item atau waktu ketersediaan	After seeing the Box Set advertisements on Buy a Physical Album, I was interested in buying the product.	Setelah saya melihat pemberitahuan terkait item virtual yang dijual hanya pada waktu tertentu, saya tertarik untuk membeli	Apakah item virtual yang dijual menggunakan konsep penjualan dengan keterbatasan waktu dapat mempengaruhi anda untuk segera membeli item virtual tersebut?	(Chen & Yao, 2018; Lestari, 2020)
				After seeing Box Set advertisements on Buy Physical Albums, I am willing to buy Box Set products at Buy Physical Albums.	Setelah saya melihat pemberitahuan terkait item virtual yang dijual hanya pada waktu tertentu, saya bersedia untuk membeli		
				I worried about limited time	Saya menjadi cemas ketika melihat item virtual dalam game Mobile Legends terdapat tanda "event terbatas waktu"		
				I feel that the limited edition of a product will cause many people to buy	Saya rasa item virtual dengan edisi terbatas dalam game Mobile Legends akan membuat lebih banyak orang membeli		
5	(Mohd Paiz et al., 2020; B. Park & Lee, 2011; Wang et al., 2020)	Satisfaction	Kepuasan pemain dalam bermain game yang dimainkan	I am satisfied with my decision to play this game	Saya puas dengan keputusan saya untuk bermain game Mobile Legends	Apakah anda puas dengan gameplay dan juga layanan yang disajikan dalam game Mobile Legends?	(B. Park & Lee, 2011; Wang et al., 2020)
				In general, my experience playing Arena of Valor is positive	Secara umum, pengalaman saya bermain Mobile Legends positif		
				Arena of Valor gives me the experience that I expect	Mobile Legends memberikan pengalaman bermain yang saya harapkan		
				Arena of Valor is as good as or even better than other mobile game	Mobile Legends lebih bagus dari game seluler lainnya		

6	(Lee et al., 2018; B. Park & Lee, 2011; Peña-García et al., 2020; Wang et al., 2020)	Purchase Intention	Mengacu pada niat dan keinginan seseorang untuk membeli produk	I intend to buy game items in the future	Saya berniat untuk membeli item virtual yang dijual menggunakan diamonds di masa mendatang	Apakah anda memiliki niat untuk membeli item virtual tersebut? Apakah ada rencana untuk membeli item virtual dalam waktu dekat?	(B. Park & Lee, 2011; Wang et al., 2020)		
				My willingness to buy in-game items in Arena of Valor is high	Kesediaan saya untuk membeli item virtual dalam game Mobile Legends tinggi				
				The likelihood that I would purchase in-game items in Arena of Valor is high	Kemungkinan saya akan membeli item virtual dalam game Mobile Legends tinggi				
				I hope to buy game items soon	Saya berharap dapat membeli item virtual dalam game Mobile Legends dengan segera				
7	(Lee et al., 2018; Peña-García et al., 2020)	Purchase Behavior	Perilaku seseorang ketika membeli suatu produk	I have the habit of regularly purchasing organic vegetables.	Saya memiliki kebiasaan rutin membeli item virtual dalam game Mobile Legends	Apakah anda sering melakukan pembelian virtual item? Apakah anda membeli item tersebut dikarenakan item virtual tersebut dapat memenuhi kebutuhan permainan anda?	(Lee et al., 2018; Peña-García et al., 2020)		
				I have green purchasing behavior for my daily needs products	Saya membeli item virtual untuk memenuhi kebutuhan permainan saya				
8	Stimulus Organism Response (S-O-R)	Stimulus Organism Response merupakan model yang diperkenalkan dengan konsep bahwa rangsangan lingkungan (S) secara langsung mempengaruhi seseorang (O) sehingga mempengaruhi perilaku dan tindakan seseorang (R) (Mehrabian & Russell, 1974). Stimulus merupakan pemicu yang merangsang konsumen dan dapat bersifat eksternal, misalnya rangsangan pemasaran dan rangsangan situasional, atau internal misalnya karakteristik konsumen (Chan et al., 2017). Organism mengacu pada evaluasi internal konsumen, termasuk tanggapan emosional seperti kesenangan, keinginan, dan gairah (Chan et al., 2017). Response merupakan reaksi dari konsumen terhadap pemicu dan juga organisme (Chan et al., 2017).			 <pre> graph LR subgraph Stimulus S[Environmental stimuli] end subgraph Organism O[Emotional states Pleasure Arousal Dominance] end subgraph Response R[Approach or avoidance] end S --> O O --> R </pre> <p>Gambar 0.2 Model Awal Teori Stimulus Organism Response Sumber: Mehrabian & Russell (1974)</p>			(Chan et al., 2017; Chen & Yao, 2018; Cho et al., 2019; Djafarova & Bowes, 2021; Do et al., 2020; Huang, 2012; Kamboj et al., 2018; Mathews & Botha, 2018; Syahrizal et al., 2020; Zheng et al., 2019)	