

**PERAN KETERIKATAN, KEPUASAN, DAN LITERASI KEUANGAN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE OFFICIAL TIM
E-SPORTS MLBB OLEH PENGGEMAR GEN-Z**

Quak cipta milik IPB University

HANA NABILAH NASUTION



**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Peran Keterikatan, Kepuasan, dan Literasi Keuangan dalam Keputusan Pembelian *Merchandise Official* Tim *E-sports* MLBB oleh Penggemar Gen-Z” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2026

Hana Nabilah Nasution
I2401201095



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

ABSTRAK

HANA NABILAH NASUTION. Peran Keterikatan, Kepuasan, dan Literasi Keuangan dalam Keputusan Pembelian *Merchandise Official* Tim *E-sports* MLBB oleh Penggemar Gen-Z. Dibimbing oleh IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Perkembangan industri *e-sports* saat ini mendorong munculnya perilaku konsumsi penggemar melalui pembelian *merchandise official*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran keterikatan, kepuasan, serta literasi keuangan terhadap keputusan penggemar tim *e-sports* Mobile Legend untuk membeli *merchandise official*. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan desain *cross sectional study* menggunakan *voluntary sampling* yang melibatkan 201 responden berusia 18-29 tahun dan pernah membeli *merchandise official* tim MPL Indonesia minimal dua kali dalam satu tahun terakhir. Data dianalisis menggunakan SPSS dan juga SEM PLS. Hasil menunjukkan bahwa keterikatan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan, kepuasan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian *merchandise official* tim *e-sports* MLBB lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dibandingkan rasional.

Kata kunci: kepuasan, keputusan pembelian, keterikatan, literasi keuangan, *merchandise official*

ABSTRACT

HANA NABILAH NASUTION. The Role of Attachment, Satisfaction, and Financial Literacy in the Purchase Decision of MLBB E-sports Teams' among Gen-Z Fans. Supervised by IRNI RAHMAYANI JOHAN.

The growth of the e-sports industry has fostered fan consumption behaviors, specifically the purchase of official merchandise. The purpose of this study is to analyze the role of attachment, satisfaction, and financial literacy on the decision of Mobile Legend e-sports team fans to purchase official merchandise. This research was conducted using a quantitative method with a cross-sectional study design using voluntary sampling involving 201 respondents aged 18-29 years and had purchased official merchandise of the MPL Indonesia team at least twice in the past year. Data were analyzed using SPSS and PLS-SEM. The results show that attachment has a significant positive influence on satisfaction, satisfaction has a significant positive influence on purchasing decisions, and financial literacy does not have a significant influence on purchasing decisions. These findings indicate that the decision to purchase official MLBB e-sports team merchandise is more influenced by emotional factors than rational ones.

Keywords: attachment, financial literacy, official merchandise, purchase decision, satisfaction



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PERAN KETERIKATAN, KEPUASAN, DAN LITERASI KEUANGAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE OFFICIAL TIM E-SPORTS MLBB OLEH PENGGEMAR GEN-Z

HANA NABILAH NASUTION

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A.
- 2 Rahmi Damayanti, S.Si., M.Si.



Judul Skripsi : Peran Keterikatan, Kepuasan, dan Literasi Keuangan dalam
Keputusan Pembelian *Merchandise Official Tim E-sports MLBB*
oleh Penggemar Gen-Z

Nama : Hana Nabilah Nasution

NIM : I2401201095

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.

NIP 197802282006042002



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen:

Dr. Alfiasari, S.P., M.Si.

NIP 198112182006042015



Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan
Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia:

Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.

NIP 197211032005012002



Tanggal Ujian:
26 Agustus 2026

Tanggal Lulus:
28 Oktober 2026



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Peran Keterikatan, Kepuasan, dan Literasi Keuangan dalam Keputusan Pembelian *Merchandise Official* Tim *E-sports* MLBB oleh Penggemar Gen-Z”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu tahapan dalam penyelesaian studi pada program sarjana (S1) Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, IPB University.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasehat, dan motivasi kepada Penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga Penulis sampaikan pada Ibu Risda Rizkillah, S.Si., M.Si. selaku dosen penggerak sekaligus dosen moderator seminar hasil atas masukkan dan saran yang telah diberikan serta atas segala arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan, Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. selaku dosen moderator kolokium dan dosen penguji sidang skripsi 1 atas saran dan masukkan yang telah diberikan, dan Ibu Rahmi Damayanti, S.Si., M.Si. selaku dosen penguji sidang skripsi 2 atas masukkan dan saran yang telah diberikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen, tenaga pendidikan, dan staf Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada orang tua Penulis, Bapak Rasyid dan Ibu Nia yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan semangat kepada Penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adik Penulis, Aqilah, yang telah menemani dan mendukung Penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga Penulis sampaikan kepada teman-teman Penulis yang telah kebersamai dan mendukung Penulis selama ini. Tidak lupa juga penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada teman-teman satu bimbingan Penulis dan teman-teman IKK57 yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis menyadari masih terdapat kekurangan sehingga penulis terbuka akan masukan, saran, dan kritik untuk perbaikan penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Bogor, Oktober 2026

Hana Nabilah Nasution



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	6
2.2 Keterikatan	6
2.3 Kepuasan	7
2.4 Literasi Keuangan	7
2.5 Keputusan Pembelian	8
2.6 Penggemar	9
2.7 E-sports	9
2.8 Generasi Z	10
2.9 Pengaruh Keterikatan Terhadap Kepuasan	10
2.10 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian	11
2.11 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Pembelian	11
2.12 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	13
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	13
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Pemilihan Contoh	13
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	13
3.4 Variabel dan Pengukuran	14
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Hasil	20
4.2 Pembahasan	37
4.3 Kontribusi Teori Penelitian	40
4.4 Implikasi	40
4.5 Keterbatasan dalam Penelitian	41
V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	52
RIWAYAT HIDUP	62



DAFTAR TABEL

1	Variabel penelitian dan indikator	14
2	Tujuan, analisis, dan jenis data	17
3	Karakteristik responden	20
4	Karakteristik perilaku pembelian <i>merchandise official</i>	22
5	Sebaran responden berdasarkan indikator keterikatan	23
6	Sebaran responden berdasarkan kategori keterikatan	24
7	Sebaran responden berdasarkan indikator kepuasan	24
8	Sebaran responden berdasarkan kategori kepuasan	25
9	Sebaran responden berdasarkan indikator literasi keuangan	26
10	Sebaran responden berdasarkan kategori literasi	28
11	Sebaran responden berdasarkan indikator keputusan pembelian	28
12	Sebaran responden berdasarkan kategori keputusan pembelian	30
13	Hasil uji korelasi antara jenis kelamin, domisili, dan pekerjaan dengan variabel penelitian	30
14	Hasil uji korelasi antara usia, pendidikan terakhir, dan pendapatan dengan variabel penelitian	31
15	Nilai <i>loading factor</i> indikator	32
16	Hasil uji reliabilitas dan validitas	35
17	Hasil analisis model struktural <i>r-square</i>	35
18	Hasil uji pengaruh langsung variabel laten	36
19	Hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten	37

DAFTAR GAMBAR

1	Susunan Kerangka Pemikiran	12
2	Model <i>hybrid</i> SEM	19
3	Model akhir analisis SEM	31

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	53
---	---------------------------------	----