

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Aisah, Erlinda Tehuayo, and Abdul Hafid Marsulam. 2023. "Konsep Perilaku Keputusan Pembelian Game Online: Promosi Online, Kelompok Referensi dan Kemudahan Aplikasi." *Journal of Management, Business, and Accounting* 22 (1): 140–150.
- Belakang, L. (2020). *Analisis Motif Konsumen dalam Membeli Produk Virtual Pada Game Online di Kota Makassar*. 3(2), 52–63.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra'*, 2(1), 86–100.
- Ekonomi, J., Bisnis, D. A. N., Saputro, P. E., Anandha, N. A., Ekonomi, F., Universitas, B., Sumbawa, T., Ekonomi, F., Sumbawa, B. T., Ekonomi, D. F., Sumbawa, B. T., Saputro, D. A., Eko, M. P., Konsumen, P., Keputusan, D., Item, P., Game, P., Pubg, O., Ananda, N. A., & Rizqi, R. M. (2019). *PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maharani, D. P. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kesenangan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Game Online Free Fire." *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 4 (1): 453–461.
<https://mahasiswa.jurnalprofit.org/index.php/profit/article/view/124>.

- Manajemen, J., & Ganesha, U. P. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN ONLINE GAMES MOBILE LEGENDS*. 7(2), 294–302.
- Mandira, I. M. C., Gede, I. D., & Dharma, W. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Game Online Valorant*. 14(1), 74–82.
- Munawar, S. 2021. "Pengaruh Nilai Konsumsi terhadap Keputusan Pembelian Virtual Goods melalui Electronic Word of Mouth (eWOM) pada PUBG Mobile di Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial* 12 (1): 45–55.
https://www.academia.edu/105785087/Analisis_Faktor_faktor_yang_Mempengaruhi_Keputusan_Pembelian_Virtual_Item_dalam_Online_Mobile_Game_Studi_Kasus_Mobile_Legends_Bang_Bang_.
- Oktaviansyah, Fadhilah Diva, and Ririn Puspita Tutiasri. 2023. "Keputusan Konsumen dalam Pembelian Virtual Items pada Game Online Mobile Legends: Bang Bang." *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3 (2): 915–925
- Prandini, L. D. Y., and N. L. W. S. Telagawathi. 2021. "Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Virtual dalam Online Games Mobile Legends." *Bisma: Jurnal Manajemen* 7 (2): 294–302.
- Rahmadiani, R. N., Nasution, A. H., and Sugihartanto, M. F. 2021. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Virtual Item dalam Online Mobile Game (Studi Kasus: Mobile Legends Bang Bang)." *Jurnal Teknik ITS* 10 (2): A161–A165.

<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.70332>.

Ridha, Achmad, and Rosnaini Daga. 2020. "Analisis Motif Konsumen dalam Membeli Produk Virtual pada Game Online di Kota Makassar." *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)* 3 (2): 52–63.

Saputro, Muhammad Prayogi Eko, Nova Adhitya Anandha, dan Reza Muhammad Rizqi. 2019. "Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Item pada Game Online PUBG Mobile." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2 (2): 36–45.

Suharsirni. (2017). Penelitian Tindakan Kelas. In *PT Bumi Aksara*.

Yulius, R., Studi, P., Komputer, T., Tinggi, S., & Payakumbuh, T. (2017). *Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian Item Virtual Pada Game Online Pendahuluan*. 3(1), 1–14.