

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur., Setiawan, A. A., Kuswati, R., & Imronudin. (2021), *Modul Praktikum Workshop Statistik Milenial*, Surakarta:Jasmine.
- Achmad, Nur., Zhari, M. N. S., Kussudytidarsana, K., & Sholahudin, M. (2021). The Influence of Brand Ambassador & Eletronic Word of Mouth (e-WOM) on Consumer Buying Interest in Lazada Marketplace With Brand Image as a Mediator. *Proceeding of The URECOL*, 7, 7–15. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1607>
- Bastian. (2015). Pengaruh Kompetensi Karakter, Nilai Virtual Item, dan Kepuasan Game terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online “DOTA II.” In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Curtis, J., Oxburgh, G., & Briggs, P. (2022). Heroes and Hooligans: The Heterogeneity of Video Game Modders. *Games and Culture*, 17(2), 219– 243. <https://doi.org/10.1177/15554120211026255>
- Febrianawati, Y. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 7(1),17–23.<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Herawan, M. H., & Rachman, M. Y. (2021). Pengaruh Nilai Virtual Item Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online PUBG Mobile. *INOBIIS: JurnalInovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.207>
- Janna, N. M. (2020). *Variabel dan skala pengukuran statistik*. 1–8.
- Kordyaka, B., & Hribersek, S. (2019). Crafting identity in league of legends - Purchases as a tool to achieve desired impressions. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2019-Janua, 1506–1515. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.182>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mirza, K. M., Karakter, P., Terhadap, G., Pemuda, M., Baru, B. P., Online, G., & Pandemi, S. (2021). *Khan Muhammad Mirza/Pengaruh Karakter Game Terhadap Minat Pemuda untuk Berbelanja Produk Baru pada Game OnlineSelama Pandemi.2012*, 1–5.

- Mubarok, F. H. (2021). Hubungan antara Intensi Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game Pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.21831/ap.v3i1.40025>
- Novitawati, R. A. D., Prihatminingyan, B., & Imansyah. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 175–180.
- Nurlita, A. N., Restiawati, R., & Ganesha, P. P. (2022). *Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko BajukuMurah*. 6, 2925–2937.
- Puspa, R., Permana, A., & Karunia, E. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K- Store Krakatau Junction. *Jurna Bina Bangsa EKONOMIKA*, 13(02), 208–216.
- Rahmadiani, R. N., Nasution, A. H., & 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). <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/view/70332%0Ahttps://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/viewFile/70332/6775>
- Romanus, J., Dwi, P. A., & Harianto, R. (2021). *The Effect of Virtual Items , Character Identification and Game Satisfaction on Purchasing Decisions of Virtual I ...* 23(5),27–32. <https://doi.org/10.9790/487X-2305042732>
- Sadana Putera, A. (2020). Pengaruh Integrated Value Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item Pada Game Player Unknown's Battlegrounds Mobile. 105(3), 129–133. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHO Ci4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Sofyandi, A. S. (2019). *Konsumsi Virtual Item Pada Gamer Jepang Dalam Social Game Fate / Grand Order*. 7(1), 52–66.
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8, 74–95.
- Wu, S. R. of authenticity in massively multiplayer online role playing games (MMORPGs): D. of virtual item purchase intention Ling, & Hsu, C. P. (2018). Role of authenticity in massively multiplayer online role playing games (MMORPGs): Determinants of virtual item purchase intention. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.035>

Yulius, R. (2017). Analisis Perilaku Pengguna dalam Pembelian Item Virtual pada Game Online. *Journal of Animation & Games Studies*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24821/jags.v3i1.1582>